



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI – UNIVATES

CURSO DE JORNALISMO

**CICLOS PRODUTIVOS RADIOFÔNICOS RECONFIGURADOS COM A  
EMERGÊNCIA DA INTERNET: UM ESTUDO SOBRE A RÁDIO  
INDEPENDENTE DE LAJEADO**

Rodrigo Gallas

Lajeado, junho de 2018.

Rodrigo Gallas

**CICLOS PRODUTIVOS RADIOFÔNICOS RECONFIGURADOS COM  
A EMERGÊNCIA DA INTERNET: UM ESTUDO SOBRE A RÁDIO  
INDEPENDENTE DE LAJEADO**

Monografia apresentada na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, na linha de formação específica em Jornalismo da Universidade do Vale do Taquari - Univates, como exigência para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Micael Vier Behs.

Lajeado, junho de 2018.

## RESUMO

Com a democratização do acesso à rede mundial de computadores, a internet foi ganhando diversos usos e apropriações, tornando-se hoje uma das formas mais requisitadas para se obter informação. Este trabalho procura elucidar como um ciclo produtivo radiofônico usa-se da internet para potencializar a disseminação do conteúdo de uma emissora. A metodologia utiliza critérios quanti-qualitativos, sendo este estudo de caráter descritivo e exploratório. A pesquisa se baseia nos métodos bibliográfico, documental, de campo e estudo de caso. A coleta de dados é feita a partir da observação empírica e entrevistas. Fundamentada nestas técnicas, a partir do estudo de caso, a pesquisa delimita-se a investigar os processos produtivos da Rádio Independente, uma emissora que circunscreve a sua produção de conteúdo a uma redoma que envolve as ondas sonoras, um site próprio de informações, aplicativo e as redes sociais.

**Palavras-Chave:** Radiojornalismo. Multimídia. Webjornalismo. Digital. Multiplataforma. Rádio Expandido. Convergência.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Justificativa .....</b>	<b>8</b>
<b>2 MÉTODO .....</b>	<b>10</b>
<b>3 DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....</b>	<b>14</b>
<b>4 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>18</b>
<b>4.1 O invento do rádio .....</b>	<b>18</b>
<b>4.1.1 O desenvolvimento .....</b>	<b>21</b>
<b>4.1.2 O início da Era Digital .....</b>	<b>27</b>
<b>4.2 Surgimento dos portais de conteúdo.....</b>	<b>30</b>
<b>4.3 O rádio expandido e a convergência midiática .....</b>	<b>32</b>
<b>4.3.1 A internet como fonte para os radiojornalistas.....</b>	<b>36</b>
<b>4.3.2 Produção no rádio na Era da Multimedialidade .....</b>	<b>40</b>
<b>4.3.3 Redes sociais no Radiojornalismo.....</b>	<b>43</b>
<b>5 ANÁLISES.....</b>	<b>48</b>
<b>5.1 A influência da internet na produção e transmissão de conteúdo do rádio</b>	<b>50</b>
<b>5.2 A potencialização do consumo como resultado do rádio expandido e da convergência midiática .....</b>	<b>60</b>
<b>5.3 Ciclos produtivos radiofônicos reconfigurados a partir da internet.....</b>	<b>70</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>73</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>76</b>
<b>REFERÊNCIAS DOS ÁUDIOS.....</b>	<b>80</b>
<b>ANEXO A .....</b>	<b>82</b>

**ANEXO B ..... 88**  
**ANEXO C ..... 95**  
**ANEXO D ..... 103**  
**ANEXO E..... 108**

## **LISTA DE QUADROS**

<b>Quadro 1 – Objetivos específicos e procedimentos metodológicos .....</b>	<b>13</b>
---	-----------

## **LISTA DE FIGURAS**

<b>Figura 1 – Capa do site da Rádio Independente .....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 2 – Postagem realizada por repórter durante boletim .....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 3 – Utilizando um tablet, operador de mesa de áudio roda reportagens recebidas no WhatsApp .....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 4 – A cada programa uma nova transmissão ao vivo é iniciada.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 5 – Radialista utiliza o Twitter para destacar assuntos em alta na internet.....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 6 – Departamento de Websites mantém comunicação visual com o estúdio (e) e Departamento de Jornalismo.....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 7 – Entrevista veiculada em ondas hertzianas converge em conteúdo multimídia.....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 8 – Dados de acesso ao site no dia 10 de maio de 2018 .....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 9 – Gráfico mostra como os internautas chegaram ao site da Rádio Independente .....</b>	<b>64</b>
<b>Figura 10 – Entre as redes sociais da Rádio Independente, Facebook é destaque em difundir conteúdo.....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 11 – Celular é o dispositivo mais utilizado para acessar o site da Rádio Independente .....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 12 - Esquema ilustra o ciclo produtivo da Rádio Independente .....</b>	<b>71</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A ascensão tecnológica gerou uma série de transformações na área da Comunicação Social, inserindo os meios digitais na cotidianidade do jornalista, bem como de veículos de pendor historicamente massivo, a exemplo do rádio, da TV e do próprio jornal. Com isso, a produção da informação e as formas de difusão sofreram processos adaptativos à emergência das novas tecnologias.

No início dos anos 90, quando surgiram os primeiros formatos de webjornalismo, esta era apenas uma extensão do jornalismo tradicional, nada mais que uma versão virtual dos jornais de papel. A palavra-chave que determina ou caracteriza esta primeira época é a transposição, o que significa dizer que o conteúdo produzido para o jornal era simplesmente reproduzido numa outra plataforma, sem propriamente explorar as potencialidades da *web*.

No entanto, com a democratização do acesso à rede mundial de computadores, a internet foi ganhando diversos usos e apropriações, tornando-se hoje uma das formas mais requisitadas para se obter informação, principalmente para aqueles chamados de “nativos digitais”. O fato de o jornalismo valer-se desta ambiência tecnológica a fim de gerar informação acarreta alterações na forma como as notícias são produzidas e também compartilhadas.

No caso do rádio, especialmente a Rádio Independente de Lajeado/RS, principal emissora de radiojornalismo do Vale do Taquari, percebe-se a formação de um ciclo produtivo que tem como principal elemento a internet. Aquilo que circula em termos noticiosos na rede, como em muitas outras rádios, é apropriado para abastecer a produção de notícias e transmiti-las em suas ondas sonoras. A rádio,

por sua vez, reprojeta a sua produção de conteúdo no ambiente digital, o que significa afirmar que, após ressignificar as informações, grande parte deste conteúdo é retransmitido para outras duas plataformas principais: o *site* e as redes sociais. A rádio tem, assim, uma extensão da sua produção de conteúdo em outros dois canais que extrapolam o seu lugar “clássico” de veiculação de notícias.

Percebe-se, nesse desdobramento da rádio, é que aquilo que circula na rede social, predominantemente na página da rede social *Facebook* - como veremos a seguir nesta pesquisa -, conduz o internauta para o *site*, que centraliza e memoriza grande parte do conteúdo radiofônico.

Surge deste processo uma dinâmica que ressignifica o modo como se produz conteúdo radiofônico hoje. Este ciclo, ainda recente para o radiojornalismo, tem na rede social o principal alicerce para trazer a audiência ao *site* da emissora.

Tendo como pressuposto que este processo altera o modo como se produz e se consome conteúdo para uma emissora de radiojornalismo, esta pesquisa delimita-se a investigar como este ciclo dinamiza o acesso à informação, trazendo como objeto de análise os processos produtivos da Rádio Independente, uma emissora que circunscreve a sua produção de conteúdo a uma redoma que envolve as ondas sonoras, um *site* próprio de informações, aplicativo e as redes sociais *WhatsApp*, *YouTube*, *Twitter*, *Instagram* e *Facebook* – este último com muito mais ênfase.

Este esquema complexo traz indagações quanto à produção de conteúdo para as plataformas multimídia, levando em conta que a emissora transmite essencialmente ondas sonoras. A forma como este novo produto é consumido também muda, na medida em que a informação disponibilizada em rede guarda memória, por exemplo, tornando assim o conteúdo produzido pela rádio passível de ser revisitado a qualquer momento, fenômeno inconcebível antes do surgimento da internet.

Partindo deste contexto de análise, o objetivo central desta pesquisa é elucidar como a internet dinamiza os processos de produção de notícia no contexto da Rádio Independente, inscrita numa redoma de mídia que envolve não só a própria emissora, mas também o seu *site* e suas redes sociais. A partir disso, lança-se a questão: de que forma o rádio vem se reinventando em função da emergência



da internet, que torna a sua produção permanentemente disponível? Não há mais a necessidade de se ouvir o rádio em um momento específico. O rádio ganha um arquivo digital permanentemente acessível e sua lógica produtiva passa a contemplar, para além da produção de ondas sonoras, aspectos que caracterizam e compõem o jornalismo multimídia, a exemplo de fotos, vídeos e infográficos.

## 1.1 Justificativa

O rádio sempre teve vantagem sobre o impresso devido à dinamicidade e instantaneidade. Em meados dos anos 90, a internet se popularizou. Alguns anos foram necessários para perceber que nascia um meio de comunicar com os mesmos atributos, mas possibilidades superiores. Logo se entendeu que era necessário aliar-se aos *bits*, ao invés de concorrer com as potencialidades de uma plataforma que, com o passar dos anos, só se solidifica. Um estudo neste sentido possibilita a identificação de fatores que motivaram o engajamento ao uso da internet por parte da emissora e sua audiência. Este estudo elucida a sequência de fenômenos que transcorrem para a formatação do webjornalismo.

Existe um número limitado de trabalhos de pesquisa ligados ao webjornalismo no Brasil. No Vale do Taquari não é diferente. Análise dessa natureza possuem fundamentação teórica insuficiente. Esta região possui uma população fiel ao meio radiofônico e encontra, na Rádio Independente, a emissora de radiojornalismo com maior audiência, uma alternativa para saber, principalmente, sobre os acontecimentos locais, mas também de informações do Brasil e do mundo. A presente pesquisa contribui para a história da comunicação sobre uma das emissoras de rádio mais importantes dentro do segmento de radiojornalismo no Rio Grande do Sul. Mas, ainda mais do que isso, colabora para compreender o presente momento e o futuro do rádio em seu movimento expansivo para a internet.

O autor deste trabalho atua na Rádio Independente, mas o fato de estar vinculado à emissora não comprometeu o olhar imparcial e objetivo em relação ao objeto de estudo. A pesquisa, inclusive, serviu para depositar um olhar crítico em relação aos processos que delimitam o fazer radiofônico na referida emissora e que somente um pesquisador poderia alcançar.

Esta monografia organiza-se da seguinte forma: o capítulo 2 refere-se a uma breve contextualização do objeto de estudo. O método, qualitativo, exploratório, baseado em pesquisa bibliográfica, documental, de campo e estudo de caso, com entrevistas, é abordado no capítulo três.

A contextualização histórica do rádio, com seu desenvolvimento após o surgimento da internet e portais de conteúdos, convergência e produção multiplataforma e redes sociais são assuntos abordados no referencial teórico situado no capítulo quatro.

No quinto capítulo são apresentadas as análises e resultados do estudo. O conteúdo analítico converge com os autores estudados ao longo da construção do referencial teórico. Apresenta-se uma investigação na Rádio Independente, umas das emissoras do Grupo Independente, na qual se verifica a produção de radiojornalismo com a emergência da internet, a potencialização do conteúdo reverberado em rede e, por fim, o ciclo produtivo reconfigurado a partir das análises expostas.

## 2 MÉTODO

O presente capítulo descreve os métodos utilizados ao longo da pesquisa, etapa fundamental para a realização deste trabalho. O estudo é baseado no método qualitativo, que visa elucidar o sentido dado à realidade pelas pessoas. Esta fórmula leva em consideração as particularidades presentes nas Ciências Sociais.

De acordo com Richardson (1999), um questionário prévio pode contribuir para delimitar o problema estudado e a informação coletada, permitindo identificar casos representativos ou não representativos.

Também é quantitativo, porque é analisada a quantidade de matérias radiofônicas convergidas ao *online*, como também são contadas as matérias lidas no decorrer da programação, além da análise de dados quantitativos do *site* Google Analytics. Portanto, a pesquisa pode ser qualificada como quanti-qualitativa, quando unem-se os elementos das duas maneiras de realizar os levantamentos.

A integração da pesquisa quantitativa e qualitativa permite que o pesquisador faça um cruzamento de suas conclusões de modo a ter maior confiança que seus dados não são produto de um procedimento específico ou de alguma situação particular. Ele não se limita ao que pode ser coletado em uma entrevista: pode entrevistar repetidamente, pode aplicar questionários, pode investigar diferentes questões em diferentes ocasiões, pode utilizar fontes documentais e dados estatísticos. A maior parte dos pesquisadores em ciências sociais admite, atualmente, que não há uma única técnica, um único meio válido de coletar os dados em todas as pesquisas. Acreditam que há uma interdependência entre os aspectos quantificáveis e a vivência da realidade objetiva no cotidiano. (GOLDENBERG, 1998, p 61.)

No que diz respeito ao tipo de pesquisa, Vergara (2004) propõe que pode ser definida em dois critérios: quanto aos fins e quanto aos meios. No primeiro, verifica-se que esta pesquisa é exploratória e descritiva, porque busca proporcionar maior familiaridade com o problema, a fim de torná-lo mais explícito e, a partir disto, construir hipóteses. De acordo com a autora, geralmente seu planejamento envolve levantamento bibliográfico, entrevistas e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Com um panorama identificado, descreve-se o fenômeno encontrado para dar clareza ao que foi coletado.

Já quanto aos meios este é um estudo de cunho bibliográfico, porque expõe as ideias dos principais autores relacionados a história do radiojornalismo em seu movimento de expansão para o ambiente *online*. Conforme Vergara (2004, p.46) este tipo de pesquisa é um “estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revista, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral.”

Esta pesquisa também é documental, porque é realizada com o auxílio de fotografias, livro da história da emissora, áudios, *prints* diversos e *links*. De acordo com a mesma autora, é realizada com uso de documentos públicos ou privados de qualquer natureza: registros, fotografias, relatórios, diários, anais.

Com métodos empíricos, o presente trabalho é classificado como de campo. A pesquisa ocorreu através de uma investigação na Rádio Independente, local onde ocorre o fenômeno, de forma que os fatos observados se apoiaram somente em experiências vividas. Conforme Vergara (2004, p.45), este método inclui “entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não.”

Foram realizadas entrevistas com comunicadores da Rádio Independente para obter informações como, por exemplo: por que apresentadores usam a internet para transmitir notícias de grandes portais e de que forma os materiais são selecionados.

Mostra-se, assim, uma pesquisa não-probabilística, por tipicidade e acessibilidade. Segundo Vergara (2004), para isso, selecionam-se os elementos considerados representativos da população-alvo sobre a qual se quer aprofundar o conhecimento.

O estudo também é etnográfico. A rotina produtiva dos radiojornalistas da Rádio Independente foi observada para averiguar, entre outros, dados do material proveniente da internet, que é utilizado em seus programas jornalísticos, e como este conteúdo é disseminado em rede.

De acordo com Rocha e Eckert (2008, p. 2),

A pesquisa etnográfica constituindo-se no exercício do olhar (ver) e do escutar (ouvir) impõe ao pesquisador ou a pesquisadora um deslocamento de sua própria cultura para se situar no interior do fenômeno por ele ou por ela observado através da sua participação efetiva nas formas de sociabilidade por meio das quais a realidade investigada se lhe apresenta.

Desta forma, com uma observação em profundidade, foi possível descobrir porque a internet é a principal fonte de uma rádio do interior e, ainda, observar no interior do fenômeno, motivos para o uso desta tecnologia na produção e disseminação de conteúdo.

Neste estudo, as entrevistas foram realizadas de forma individual, caracterizando-se como semiabertas e em profundidade. Conforme Gaskell (2008, p. 75), “estas formas de pesquisa qualitativa podem ser distinguidas, de um lado, da entrevista de levantamento fortemente estruturada, em que é feita uma série de questões predeterminadas”.

Ao final, os dados foram analisados por meio da análise textual. Após todo conteúdo estar escrito foi feita uma triagem dos extensos materiais da pesquisa.

Como explica Moraes (2005, p.85):

Pesquisas qualitativas seguidamente trabalham com informações apresentadas em forma de textos. Daí surge à denominação de análise textual. Esta pode ser entendida como um processo de desconstrução, seguida de reconstrução, de um conjunto de materiais linguísticos e discursivos, produzindo-se a partir disso novos entendimentos sobre os fenômenos e discursos investigados.

A análise textual identifica e isola enunciados, categorizando-os. Para Moraes (2005), o processo analítico encaminha a construção de uma estrutura para um novo texto, capaz de sintetizar os principais elementos e dimensões.

A metodologia de análise apresenta-se como um movimento que possibilita a emergência de novas compreensões. Desta forma, os resultados obtidos foram categorizados e, a partir da análise, foi possível elucidar o fenômeno do uso da internet no trabalho do radiojornalista.

Os objetivos específicos, fontes de informação e as técnicas de coleta de dados utilizadas durante este estudo podem ser visualizadas no quadro-síntese abaixo:

**Quadro 1 - Objetivos específicos e procedimentos metodológicos**

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>
Historicizar o rádio até a chegada da internet e as novas tecnologias.	Pesquisa bibliográfica.
Caracterizar e verificar como ocorre o processo expansividade do rádio e como o conteúdo converge em multimídia.	Pesquisa bibliográfica, documental, entrevistas e observação.
Observar como a internet dinamiza os processos de produção no contexto da Rádio Independente.	Observação, documental, e entrevistas.
Verificar de que forma o rádio vem se reinventando em função da emergência da internet.	Observação, pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas.

Fonte: Adaptado pelo autor, 2018.

### **3 DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO**

Neste capítulo é realizada uma descrição da Rádio Independente. Fundada e instalada em Lajeado, Rio Grande do Sul, no dia 1º de abril de 1951, inicialmente a sua programação foi voltada aos programas de auditório, radionovelas e musicais - o que era tendência no restante do país. A informação era disseminada em algumas lacunas existentes na programação.

De forma vagarosa, aos poucos, o radiojornalismo foi se estabelecendo no veículo. A identidade da emissora, como é conhecida atualmente, direcionada à produção jornalística, foi encontrada após uma série de reformulações.

Segundo Eggers (2014), foram necessários alguns anos para a descontração dos programas de entretenimento cederem espaço e darem lugar à seriedade e à dinamicidade dos conteúdos informativos. A lenta transição ocorreu de forma gradual e sistemática. Assim, foi possível habituar o ouvinte à nova dinâmica de fazer rádio, que é consagrada atualmente como um modelo de sucesso.

A estrutura produtiva do jornalismo desenvolvido na Rádio Independente igualmente foi sendo modificada à medida em que ela se direcionava a produções de ordem mais informativa, escreve Eggers (2014). Inicialmente, os noticiários eram constituídos pela leitura de jornais e radioescuta.

Posteriormente, foi instituída a produção própria de notícias a partir de equipes jornalísticas vinculadas à rádio e divididas por editorias. Uma das modalidades inseridas no contexto da programação para a construção da

informação jornalística foi a unidade móvel, onde um repórter relatava os fatos no momento em que aconteciam, diretamente da rua, trazendo agilidade e dinamicidade para a programação. Esse modelo ainda é usado atualmente, trazendo a informação em tempo real para o ouvinte.

Atualmente a Rádio Independente faz parte do Grupo Independente, que engloba também a Tropical FM e a Rádio Do Vale.

Hoje, com programação totalmente voltada à informação e com equipe qualificada para a produção de conteúdos, a emissora é referência no radiojornalismo gaúcho.

Não foi somente em questões direcionadas à produção de conteúdo em que ocorreram alterações.

Seguindo a tendência mundial de informatização, a parte técnica de operação e transmissão foi sendo atualizada. Os discos cederam espaço para cartucheiras, que foram substituídas por fitas cassete. No fim dos anos 90, os computadores tomaram a função de todas essas ferramentas, tornando a produção e a emissão mais prática e ágil (EGGERS, 2014, p. 8).

A implantação de um *site* de notícias seria realizada somente em setembro de 2000. O jornalista Fabiano Conte e o coordenador de TI da Olicenter Soluções em Tecnologia da Informação, Daian Feldens, foram os responsáveis pela criação do domínio ainda hoje utilizado: [www.independente.com.br](http://www.independente.com.br).

No entanto, o *site* não recebia atualizações constantemente, obedecendo a um *deadline* semelhante à rotina de um jornal impresso. Aos poucos, ficava evidente a necessidade de uma cobertura radiojornalística *online* para atender a demanda da população do Vale do Taquari. “Alguns anos foram necessários para o amadurecimento do público do interior para este meio” (SCHIERHOLT, 2011, p. 146).

Somente em 5 de maio de 2010, o Grupo Independente implementaria um *site* com capacidade de atualizações constantes e setor totalmente voltado para a postagem e criação de conteúdo. De acordo com Schierholt (2011), isto foi possível após a contratação do ex-operador de áudio da emissora e publicitário Eduardo



Costa, que renovou o antigo domínio criando um *site* informativo. A forma como os conteúdos foram organizados estão presentes, em boa parte, no atual *site* da Rádio Independente.

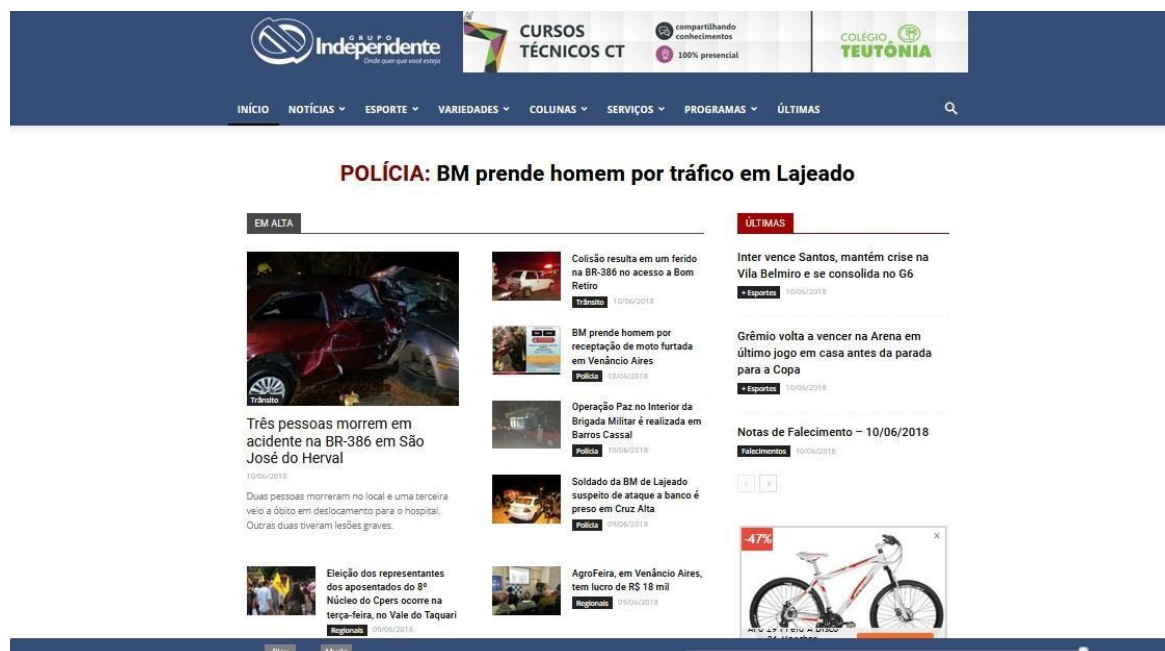
Este foi o início de uma nova era na produção do departamento de jornalismo. Conteúdos dinâmicos, com fotos, vídeos e especialmente áudios da programação permeavam o dia a dia dos repórteres. Agora seus textos de rádio eram enviados ao departamento onde seriam adaptados para a internet. Ao vivo, a unidade móvel produzindo fotos para o portal, alimentaria, minutos depois, a matéria já com texto e o áudio de sua participação. Um novo jeito de trabalhar, que faz a independente, sair na frente neste segmento regional (SCHIERHOLT, 2011, p. 146).

O *site* era um marco porque levava a emissora a qualquer país do mundo e, já no início, percebia-se a potência deste novo canal de interação com o público. “A ferramenta abriu uma janela de interação, pelo mural de recados e comentários em notícias, que foi intensificada por matérias de conteúdo polêmico” (SCHIERHOLT, 2011, p. 146).

Em 2010, dois profissionais trabalhavam no departamento de webjornalismo realizando, diariamente, atualizações constantes. O *site* era o início de uma nova era para a Rádio Independente. A internet começava a transformar a forma de produzir e disseminar conteúdo.

Atualmente, são seis profissionais contratados pela emissora envolvidos diretamente com as plataformas digitais, além dos jornalistas da redação, que podem realizar postagens.

**Figura 1 - Capa do site da rádio Independente**



Fonte: Adaptação do autor (RÁDIO INDEPENDENTE, texto online, 2018).

Com média de quase 2 milhões de acessos por mês, o *site* é o mais acessado do Vale do Taquari. Cerca de 60 notícias são postadas por dia. O *site* é disponibilizado no computador pelo [independente.com.br](http://independente.com.br), no *mobile* - em formato responsivo através do [m.independente.com](http://m.independente.com) -, aplicativo para *tablet* e *smartphones*. Além disso, a emissora está presente nas redes sociais *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, *WhatsApp* e *Facebook*. Além destes canais, é possível ouvir a Rádio Independente no AM 950, FM 91,7 e na NET.

## **4 REFERENCIAL TEÓRICO**

Neste capítulo é apresentada a evolução histórica do rádio até a chegada das novas tecnologias. A partir disto, são elucidados os principais pontos da produção e disseminação de radiojornalismo na era da internet, com enfoque para sua expansão na disseminação do conteúdo em multiplataformas.

### **4.1 O invento do rádio**

O rádio é considerado por muitos o veículo de comunicação mais apaixonante. Não somente o ato de “fazê-lo” seduz quem trabalha em uma emissora, mas também ouvintes que acompanham a programação de um veículo considerado um “companheiro”, caracterizado por sua mobilidade e por seu potencial de entregar informação instantaneamente.

Também há aqueles que passam horas “passeando pelas estações”. Para estes, a fidelidade do envolvimento não está ligada em determinada emissora, mas sim exclusivamente no rádio transmitido em ondas sonoras. Esta é das paixões antigas. As novas requerem do rádio múltiplas opções de consumir conteúdo.

E para falar destas novas paixões, é necessário discorrer do começo. Da história do rádio. Da incógnita pelo crédito do invento responsável por levar as ondas eletromagnéticas pelo ar a milhares de quilômetros. Ocorreram tantos experimentos ditos oficiais que até hoje não se sabe ao certo quem foi o inventor.

Tudo teve início com as pesquisas sobre a existência de ondas eletromagnéticas e nos avanços adquiridos a partir do telégrafo e do telefone. Esses estudos ocorreram entre 1830 e a primeira década do século XX.

A maioria dos historiadores cita o italiano Guglielmo Marconi como o inventor. Para Ferraretto (2001), o mérito de Marconi está relacionado, apenas, ao pioneirismo em indústria eletroeletrônica, aperfeiçoando equipamentos já existentes e desenvolvendo novos inventos.

O cientista realizou aquela que é considerada a primeira transmissão pública de radiotelegrafia em 27 de julho de 1896, na Grã-Bretanha. A mensagem apareceu na impressora Morse a cerca de um quilômetro de onde ele pressionou a chave Morse.

Tempos depois, de acordo com Birch (apud FERRARETTO, 2001), os sinais enviados pelo italiano atravessaram quase três quilômetros de extensão. Este fato sucedeu-se em 2 de setembro do mesmo ano.

No início do século XX, a falta de estabilidade no fluxo das ondas eletromagnéticas foi uma das maiores dificuldades para a transmissão de sons sem a utilização de fios.

Ferraretto (2001, p. 86) relata a solução do obstáculo com a invenção da válvula amplificadora pelo norte-americano Lee DeForest, em 1906. “Esse passo é internacionalmente aceito como definitivo para o desenvolvimento da radiodifusão sonora”

Na noite de 24 de dezembro de 1906, no estado americano de Massachusetts, ocorreu a primeira transmissão eficiente. O canadense Reginald Fessenden transmitiu o som de um violino e de trechos da Bíblia.

Após dez anos da primeira transmissão sem fios, o rádio - da forma como conhecemos ainda hoje - foi idealizado pelo russo David Sarnoff. Seu conceito estudado era de receptores com formato de caixa e transmissores, permitindo alcance entre 40 e 80 quilômetros.

Sarnoff, explica Gil (apud FERRARETTO, 2001), modificou a ideia de rádio, que deixou de ser um meio de comunicação bidirecional para se tornar um meio de comunicação massiva. Isto quer dizer: o equipamento desenvolvido deixou de servir para a comunicação entre dois humanos fisicamente distantes, para se tornar um veículo unidirecional - onde alguém fala para muitas pessoas ouvirem.

Pertencente à indústria *Westinghouse Electric and Manufacturing Company* e liderada pelo engenheiro elétrico Frank Conrad, a KDKA foi a pioneira em transmissões regulares com licença comercial.

Em 2 de novembro de 1920, em Pittsburgh, no estado norte-americano da Pensilvânia, escreve Ferraretto (2001), nasceu “oficialmente a indústria de radiodifusão, no sentido de produção e transmissão de conteúdos” (p. 86).

Ferraretto (2001) considera que Marconi foi pioneiro na indústria eletroeletrônica. Sarnoff foi o responsável pelo conceito de rádio que temos atualmente e Conrad iniciou o processo de estabelecimento das emissoras comerciais.

O padre brasileiro Roberto Landell de Moura, natural de Porto Alegre, poderia ser reconhecido como o inventor do rádio. De acordo com Ferrareto (2001), o religioso obtinha resultados por vezes superiores a cientistas estrangeiros em seus experimentos, segundo os divulgadores de seu trabalho.

Em 9 de março de 1901, o padre teve um aparelho registrado na patente brasileira. O mecanismo era descrito como sendo um aparelho de transmissão à distância sem fio condutor, tanto através do espaço e da terra como do elemento aquoso. Três anos depois, Moura ainda teria mais três cartas patentes registradas nos EUA (FERRARETTO, 2001).

Após patentear seus inventos no EUA, voltou ao Brasil. Os jornais da época lhe procuraram e, curiosos, queriam saber detalhes do invento. Com este respaldo, Landell escreveu ao então presidente da república, Rodrigues Alvez, a quem solicitou dois navios para demonstrar a invenção patenteada no exterior. Aqui, talvez, tenha sido o ponto crucial para a falta de reconhecimento do brasileiro.

Um dos oficiais de gabinete do presidente teria lhe pedido qual a distância que os navios deveriam ficar para realizar a troca de mensagens via rádio.

A distância máxima possível. As que quiserem ou puderem. Meus aparelhos podem estabelecer comunicação com quaisquer pontos do planeta, os mais afastados que estejam uns dos outros. Isso atualmente, porque ao futuro servirão até mesmo para comunicação interplanetárias (CÉSAR, 2005, p.191).

Apesar de a afirmação ser totalmente correta, para época a resposta parecia ser mesmo de um louco.

#### **4.1.1 O desenvolvimento**

As emissoras de rádio desenvolveram-se de fato após a Primeira Guerra Mundial, pois durante o conflito a transmissão das ondas eletromagnéticas ficava sob controle do governo dos países em guerra. Este atraso na implantação da radiodifusão para o grande público, no entanto, é compensado pelos avanços tecnológicos no período, que facilitam o crescimento das estações de rádio no pós-guerra.

Em apenas uma década, a radiodifusão espalha-se por todo mundo (CÉSAR, 2005). Em 1919 é criada a primeira grande empresa norte-americana de telecomunicações, a *Radio Corporation of America* (RCA).

No Brasil, as primeiras transmissões de rádio foram registradas no Recife, em 1919, pela Rádio Clube de Pernambuco. No entanto, o primeiro registro oficial ocorreu no centenário da Independência em 7 de setembro de 1922, no Rio de Janeiro (FERRARETTO, 2001). A transmissão foi da fala do presidente, Epitácio Pessoa, à nação. Oitenta receptores foram instalados em pontos estratégicos pela então Capital Federal, e uma estação de 500 watts foi montada no alto do Corcovado para realizar a transmissão (CÉSAR, 2005).

Instalada na Academia de Ciências do Rio de Janeiro, em 1923, foi fundada a rádio sociedade pelo antropólogo Roquette Pinto. Considerado o “pai do rádio brasileiro” - titulação dada devido à fundação da primeira emissora de radiodifusão

do país -, Pinto cria, no ano seguinte, no mesmo estado, a Rádio Escola Municipal, que hoje leva seu nome (CÉSAR, 2005).

O antropólogo defendia que a programação do veículo deveria ser colocada a serviço da transmissão de programas educativos e culturais, tendo como pressuposto reduzir os índices de analfabetismo do Brasil. No entanto, a ideia não se popularizou devido ao alto custo do aparelho na década de 1920.

César (2005) explica que a audiência era formada pelos ricos. Somente eles dispunham de recursos para adquirir um receptor de rádio.

Nos primeiros anos, o alcance do rádio era pequeno, pois o preço dos aparelhos receptores era alto, o que os tornava inacessíveis a grande parte da população. Em São Paulo (que oferecia os maiores salários do país), por exemplo, um aparelho de rádio custava quase duas vezes o salário médio de uma família de trabalhadores. (p.195)

A evolução do veículo ocorreu de maneira lenta. A programação das emissoras era limitada. Havia uma incapacidade de produzir conteúdo suficiente para preencher toda programação. César (2005) relata que isto ocorria devido à legislação brasileira não permitir a veiculação de textos comerciais nas radio-sociedades. Apesar disso, alguns apresentadores realizavam a indicação de produtos durante os programas de maneira não oficialmente comercial.

César (2005) destaca que, na década de 1930, dois fatores foram importantes para alterar o cenário do rádio no Brasil. O primeiro: o aparelho teve a substituição de uma peça que baratearia o seu custo final. O rádio a válvulas foi substituído pelo de galena. Para a época, uma peça de tecnologia bem superior. O segundo: uma mudança na legislação nacional facilitaria a inserção de publicidade no rádio.

Por meio do decreto nº 21.111, o governo regulamentou e liberou a irradiação de propaganda comercial, reiterando que considerava a radiodifusão um setor de interesse nacional, voltado à educação. Os anúncios foram permitidos em até 10% da programação. Antes, a prática era proibida e o público pagava mensalidade para ouvir rádio, formando os clubes de ouvintes.

A nova normativa revolucionaria o modo de fazer rádio, popularizaria o veículo, deixando a educação um pouco de lado. César (2005) cita que foram

implementados programas de auditório, radionovelas, concursos de reis e rainhas do rádio, e toda a programação contaria com a inserção de propaganda.

O rádio popularizaria um dos nomes mais lembrados da música nacional: Carmen Miranda. Ela foi a primeira artista a assinar contrato com uma rádio brasileira.

Contratar os melhores cantores, redatores, atores, músicos e animadores, disputá-los com os concorrentes oferecendo-lhes salário e fama, faria do rádio o veículo que mais mexeria com as bases da sociedade e da família brasileira, na década de 1930. (CÉSAR, 2005, p. 196)

Em 1932, o rádio assumiu um papel importantíssimo para a sociedade na cobertura da Assembleia Constituinte. Meses antes, São Paulo exigia a deposição do então presidente Getúlio Vargas. Esta série de acontecimentos importantes possibilitou ao veículo mostrar sua capacidade de mobilização política, deixando-o fortalecido.

Edgard Roquette-Pinto foi o precursor a utilizar de jornalismo para fazer rádio. Duas horas antes de iniciar a programação, pegava seu lápis vermelho e circulava as notícias que mais lhe interessavam no jornal. Após a triagem, recortava as matérias e se dirigia ao microfone, onde lia os textos selecionados, realizando comentários.

De acordo com Moreira (2000), este modelo seguiu até o dia 28 de agosto de 1941, quando entrou no ar na Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, o Repórter Esso. A Segunda Guerra Mundial era o principal assunto no mundo inteiro. As pessoas precisavam saber do panorama a cada momento. Com isso, o radiojornalismo ganha espaço no Brasil.

Ferraretto (2001) comenta que o Repórter Esso introduziu no país um texto radiofônico linear, direto, corrido e sem adjetivação, apresentado em um noticiário ágil e estruturado. Roberto Figueiredo foi o principal locutor do noticiário do rádio mais famoso do país. Após quase três décadas, no último dia de 1968, em uma transmissão emocionante, marcada na história, o Repórter Esso chegou ao fim.



Nos anos 40, o rádio atingiu a maior importância entre todos os veículos de comunicação. Era o mais consumido e o que continha o maior direcionamento de verbas publicitárias.

Conforme César (2005), o que era transmitido pelo rádio estava nas conversas da população. Inúmeras revistas se especializaram para falar do segmento. Dado que confirma a afirmação é o número de cartas recebidas pela maior emissora da época, a Rádio Nacional: oito milhões.

A popularidade era enorme. Ainda assim, havia problemas de expansão devido à grande extensão do território brasileiro.

Embora o veículo crescesse artisticamente, revelando novos valores para o mundo das artes, da música, do humor e do entretenimento, seus radiodifusores ofuscavam-se com o retorno rápido e fácil do investimento. Havia entre os empresários da época um espírito empreendedor, arrojado, que, no entanto, os levava a explorar o negócio de forma empírica e sem muita técnica (CÉSAR, 2005, p. 199).

A maior ameaça da história do rádio surgiu em 1950: a televisão, que começaria a incomodar e assustar o veículo somente cinco anos mais tarde. Ainda assim, escreve César (2005), a maior fatia da audiência era do rádio. Entre os anos de 1920 e 1960, o rádio foi o principal veículo de comunicação de massa do Brasil.

Os prejuízos causados ao rádio pelo surgimento da TV foram significativos, pois ela tirava parte dos recursos para a sua implantação, ficava com parcela da publicidade e levava os principais talentos para administrar e produzir a programação.

Conforme Ortriwano (2003), os radialistas e gestores das emissoras teriam que montar outras estratégias para superar a presença do vídeo.

Se na batalha pela sobrevivência que o rádio enfrentou a partir dos anos 50 o radiojornalismo foi importante, no Brasil poucas emissoras utilizaram como arma a estratégia da programação jornalística. Na grande maioria, o jornalismo continua sendo tabu. Exige investimentos, responsabilidade, persistência; em contrapartida, o retorno vem na forma de audiência, prestígio e lucro (ORTRIWANO, 2003, p.16).

Para César (2005), observando atualmente de uma perspectiva histórica mais confortável, o rádio se “assustou demais” com a televisão. O próprio veículo teve parcela significativa de culpa pela perda da liderança de audiência para a TV. Com isso, jornais e revistas ganharam alguns patrocinadores, que antes utilizavam somente o rádio.

Apesar de toda preocupação acerca do meio que trazia imagem em tempo real - conforme informações de César (2005) -, uma pesquisa realizada pelo Ibope, ainda em 1960, apresentava o rádio como detentor majoritário de audiência. Foi perguntado por onde as pessoas conheceram a loja Ducal, em Belo Horizonte, e 73% disseram que foi pelo rádio, 18% por jornais e apenas 12% pela televisão.

O início da década de 60 é marcado por um período de estagnação e pela perda de qualidade do AM. Empresários acostumados a obter lucros com estratégias sem muita técnica estavam incomodados com a situação. De acordo com César (2005), acreditava-se que pudesse ser o fim do meio de comunicar.

Iniciou, neste período, uma modificação na estrutura de produção, que terminaria 20 anos mais tarde. Essa alteração começou com a implantação no Brasil de um invento japonês: o transistor.

O rádio começa a transmitir, então, as características de meio individual de consumo, quase essencialmente privado, por uma pessoa apenas, ou por um grupo de pessoas de enorme afinidade. O rádio rompe as alças que o prendiam à sala de estar, à cabeceira das camas e a outros lugares fixos, e começa a andar nos carros, a zanzar pelas casas, acompanhar as pessoas no trabalho, a correr aos jogos, a fazer parte do dia-a-dia das pessoas (CÉSAR, 2005, p. 202).

Este acontecimento foi de fundamental importância para dar uma sobrevida ao rádio, que a partir daqui, tomou um novo rumo. A mobilidade, velocidade e instantaneidade, mais presente do que nunca, escreve César (2005), fortaleceu o vínculo com o esporte. O veículo passou a realizar frequentemente transmissões de eventos e, desta maneira, empresas ligadas ao esporte tornaram-se um dos principais alicerces publicitários.

Conforme Ferraretto (2001), graças à transistorização, as rádios passaram a contar com equipamentos para registrar o áudio: o gravador portátil. A partir daí, as

transmissões externas e comunicação entre apresentador e repórter passaram a se intensificar. O microfone na boca do povo, que opina, passou a ser frequente.

O radiojornalismo passou a ser incentivado, e uma função primordial dos tempos atuais foi implementada: a prestação de serviços. Comunicadores com a função de animadores surgiam e aos poucos iam ganhando espaço, criando uma nova geração de programas de rádio. “Os proprietários de emissoras de rádio redescobrem o veículo. Passam a desenvolvê-lo para o coletivo, mas com personalidade individual” (CÉSAR, 2005, p. 203).

Em 1970 uma ação governamental interiorizou o rádio com objetivo de cobrir as chamadas zonas de silêncio - locais onde a transmissão do sinal não chega. A implantação de uma nova tecnologia possibilitaria a instalação de emissoras em cidades onde o sinal da AM não funcionava. Era o surgimento das rádios FM. A frequência modulada foi beneficiada com a produção de equipamentos transmissores e receptores mais baratos.

Nesta época, o Brasil atingiu um dos ápices em se tratando de aparelhos receptores de sinal, com 85% da população obtendo acesso ao rádio. Para César (2005), este foi o momento da descoberta da segmentação em níveis geográficos, de público consumidor, de gênero de programa, como sucesso para o rádio.

Na década de 80, influenciados pelo estilo norteamericano, surgem os ‘vozerões’. Aqueles radialistas com vozes aveludadas, bem moduladas, com agilidade, humor e simpatia conquistariam os jovens. A qualidade do sinal FM foi a grande responsável, recebendo, em 1980, 80% da fatia comercial destinada às rádios.

Outro fato marcante do período foi a divisão bem nítida dos detentores de concessões de canais: de um lado, os empresários que viviam do negócio, do outro, os políticos e pastores que exploravam as ondas moduladas para se autoproclamarem e divulgarem o que acreditavam, como explica César (2005):

A concessão de novos canais foi transformada em moeda corrente no Congresso Nacional, circulando entre protegidos do poder e políticos. Foi amplamente usada como meio de cooptação política ou mesmo em negociatas que envolviam benefícios e privilégios durante o governo dos presidentes João Figueiredo e José Sarney (p. 206).

No entanto, esta foi outra forma de o rádio crescer no país, batendo todos os recordes de posses de receptores pela população, cobertura de sinal, nível de consumo, ouvintes, quantidade de emissoras em operação, crescimento do faturamento publicitário e utilidade social.

#### **4.1.2 O início da Era Digital**

Chega então a década das novas tecnologias e dos avanços digitais. Em 1990, começou a facilitação do trabalho técnico do rádio. Adeus fitas, cartucheiras, dats, cassetes e gravadores de rolo. O momento, agora, era de reproduzir e editar no próprio estúdio ou em um computador.

Apesar de todas estas novidades, utilizadas até hoje na produção de material para rádio, segundo César (2005), o grande avanço do período foi o rádio transmitido via satélite. Em um projeto chamado Brasil Sat da Embratel, e com a formação de redes de rádio, emissoras de grandes centros urbanos começaram a enviar seu conteúdo moderno para emissoras do interior que rodavam parte de sua programação.

Com isso, os radiodifusores começam a atender a uma das principais necessidades das agências de propaganda e anunciantes: a confiabilidade na veiculação de comerciais em rede nacional, em horários exatos, por meio de um sistema estável e preciso.

Esta rede possibilitou mais do que aumentar o faturamento; ela fazia do rádio um veículo mais profissional e de maior conscientização por parte dos empresários, que passaram a tratar o negócio de uma maneira mais profissional, que necessita estratégias inteligentes em um mercado competitivo, exigente, e carente de inovações.

Uma das ideias que deram muito certo na época foi a criação de promoções. Ouvintes participavam durante toda programação incentivados a receber uma simples premiação, como uma camiseta.

O marco mais significativo da década foi estabelecido em 1995: surgia a internet comercial no Brasil (NEUBERGER, 2012, p.122).

Apesar disso, inicialmente, sua utilização no meio radiofônico desenvolveu-se mais à frente, por isso, abordaremos este assunto central para a realização deste trabalho a seguir e com mais profundidade no próximo capítulo.

Ainda na década de 1990, outro fato histórico importante foi a regulamentação das rádios comunitárias, oriundas de rádios livres, que lutavam por democratizar a radiodifusão e a liberdade de expressão desde a década de 1970.

Por meio da aprovação pelo Congresso Nacional, em 1998, da Lei nº 9.612/55, a voz do povo, pelo rádio, ganhou um espaço de difusão de suas ideias. Entretanto, foram poucas as questões previstas em lei de real interesse social, atendendo assim monopólios institucionalizados, preocupados em perder espaço para as emissoras comunitárias (NEUBERGER, 2012, p.80).

Depois da generalização das transmissões via satélite entre as emissoras produtoras, geradoras de conteúdo e suas afiliadas regionais – citada anteriormente por este autor – iniciou-se a disponibilidade de transmissões radiofônicas em escala global por meio da internet.

O rádio garante nessa fase a imagem de um meio renovado, superando a síndrome de inferioridade, saindo do ostracismo ao qual foi lançado pela hegemonia criada pela TV nos anos 50. Nos novos tempos, a internet torna-se uma mídia que permite a multiplicidade, pelo fato de poder estar presente em todos os lugares. Dentre todas as mídias, o rádio foi o único meio que se mostrou multidimensional, pois possui uma sinergia muito grande, as pessoas podem navegar e trabalhar no computador ouvindo sua emissora preferida. (CÉSAR, 2005, p. 211)

As grandes emissoras como a Gaúcha, Itatiaia, Transamérica, Jovem Pan Sat, Band, Antena 1 se apropriaram dos recursos da rede mundial de computadores e, a partir disso, expandiram seus limites de potência.

A *web* permitiu a proliferação do sinal do rádio a todas as partes do planeta. Não demoraria muito para surgir a primeira rádio disponível e produzida somente para o ambiente *web*.

César (2005) relata que, no Brasil, foi lançada, no ano 2000, na maior feira de informática do país, a Radioficina OnLine. O veículo era o resultado de uma parceria entre Radioficina e o grupo Abril por intermédio do Ajato, provedor de banda larga de internet.

A Radioficina, originalmente, era uma escola de radialistas de São Paulo. A implantação deste modelo era um sonho desde o surgimento das primeiras webrádios, em 1997, nos EUA.

Já naquela época, observou-se que a internet priorizava o conteúdo multimídia e que a interatividade do ouvinte com o apresentador poderia ser incrementada neste ambiente.

Para César (2005), a receita da audiência estava na interatividade. O ouvinte podia ver o locutor por meio de uma *webcam* posicionada dentro do estúdio, participar durante 24h horas, via e-mail, ou entrar na sala de bate-papo, instalada no site da própria radioweb.

Posteriormente, a Radioficina estabeleceu parceria com a Rede Transamérica de Comunicação. O conteúdo gerado era replicado para o *site* desta emissora, o que triplicaria o número de acessos da sua plataforma *online*. Este foi o início de uma nova era do rádio, marcado pela convergência midiática.

A internet superou, com suas múltiplas possibilidades, os limitados recursos de informação e interação oferecidos pelo aparelho de rádio digital – que chegou tardiamente ao Brasil.

O rádio na internet já é digital, e converge em diversas mídias. O veículo, agora, difunde recursos de jornal e TV, como os outros também podem o fazer, mas talvez não com a mesma eficiência.

Dos transistores que permitiram a miniaturização do aparelho de rádio e sua consequente mobilidade, chega-se ao desenvolvimento de uma ferramenta que leva o seu conteúdo a qualquer lugar do mundo, em diversos tipos de aparelhos.

O rádio, acompanhante inseparável de seus ouvintes, potencializa a fidelidade por não se caracterizar mais como somente um elemento físico. Ele está em todos os lugares e a qualquer hora, seja no celular, computador ou *tablet*.

#### **4.2 Surgimento dos portais de conteúdo**

Fundamentais para o início do jornalismo *online*, os portais de conteúdo foram uma das primeiras formas de jornalismo na internet. Estes *sites* são o local onde são armazenadas a maioria das informações dos veículos de imprensa.

Os portais de conteúdo nasceram nos Estados Unidos, por meio dos *sites* de busca, que utilizavam a técnica de fornecer informação aos internautas, a fim de mantê-los em seus respectivos *sites*, escreve Ferrari (2010). Já no Brasil, o surgimento desta modalidade ocorreu dentro das empresas jornalísticas.

Logo após o surgimento da internet comercial no Brasil, o rádio se apropria da internet para compartilhar conteúdo. O pioneirismo na atividade é do jornal (Ferrari, 2010). O precursor brasileiro na implementação neste novo modelo de transmitir informação de cunho jornalístico foi o Jornal do Brasil, em 1995, seguido de O Globo.

Com a novidade tecnológica, os meios de comunicação iniciaram uma interação com o espaço digital criado por meio das redes, digitalizando parte de seu material para o ambiente *online*. Conforme Benigno Neto (2008), isto foi realizado tendo em vista a exploração mercadológica.

Os livros também se tornaram digitais e inseridos em CD-ROMs, não apenas com textos, mas com fotografias, gráficos diversos e até vídeos. A escrita foi à primeira forma de alimentação de conteúdo na internet. De maneira vagarosa, mas progressiva, a rede mundial de computadores concedeu espaço a todos os recursos visuais.

Neste sentido, Schwingel (2012) diz que o implemento da internet foi motivo para projetar o futuro da comunicação e levantar novamente a discussão sobre a sobrevivência do rádio, entre outros meios de comunicação.

Benigno Neto (2008) assinala que primeiro foram os jornais e revistas, que migraram seu conteúdo para a internet, logo depois as emissoras de rádio, seguidas pelas emissoras de TV. Ao serem inseridas neste meio, todas as diferentes linguagens das mídias conversam uma com as outras.

Para postar o conteúdo de um vídeo existente em um *site* de uma empresa televisiva, por exemplo, deve-se realizar uma chamada de texto escrito que funcione como legenda para identificar o conteúdo e persuadir o internauta a consumir o item a ser visualizado.

O mesmo acontece com as rádios que podem ser acessadas na *web*. Em contrapartida, os portais de notícias escritos podem se aproveitar de recursos visuais ou auditivos que enriqueçam o que está escrito.

Para Schwingel (2012), o trabalho jornalístico no ciberespaço tem por característica maior incorporar os diferenciais que o meio propicia. Os estudos teóricos, que buscaram as determinações e significados de parâmetros para se entender o jornalismo na internet e estes diferenciais, começaram a surgir na década de 90 do século passado.

Tais pesquisas, em sua maioria, surgiram dos estudos de hipertexto. Esta autora cita Palacios (apud SCHWINGEL, 2012), que caracterizou antes dos anos 2000 o jornalismo na internet, no Brasil, em conversação com a produção hipertextual em multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização e memória.

Para Ferrari (2010), conteúdo foi a palavra da moda no jornalismo depois que a internet virou febre no Brasil. Isto porque era em busca dele que as pessoas acessavam a maioria dos *sites*.



Os elementos que compõem o conteúdo on-line vão muito além dos tradicionalmente utilizados na cobertura impressa – textos, fotos e gráficos. Pode-se adicionar sequências de vídeo, áudio e ilustrações animadas. Até mesmo o texto deixou de ser definitivo – um e-mail com comentários sobre determinada matéria pode trazer novas informações ou um novo ponto de vista, tornando-se, assim, parte da cobertura jornalística (p. 39).

O autor pontua ainda que não havia dificuldade em mexer com o conteúdo multimídia em si. Qualquer indivíduo que nasceu operando em *Windows* e ouvindo fone de ouvido seria capaz de fazê-lo. No entanto, o problema, por parte dos jornalistas, segundo Ferrari (2010), era conseguir contextualizar a informação e empacotá-la de um jeito diferente a cada necessidade editorial.

Atualmente, conforme Kochhann, Freire e Lopez (2011), a maior parcela das emissoras de rádio possuem *sites streaming* de reprodução da programação ao vivo, conteúdos em forma de áudios em sistema de *podcast*, textos, vídeos, infográficos, entre outros atrativos.

A Rede Mundial de Computadores é usada também como fonte para a produção de rádio e isto se refere tanto à busca de informações em portais de conteúdo, quanto aos *sites* de compartilhamento de arquivos de áudio. Sobre a dinâmica deste ciclo que permeia a produção jornalística discorreremos mais a seguir.

#### **4.3 O rádio expandido e a convergência midiática**

A internet comercial surge no Brasil nos anos 1990. Este é o início da fase pós-industrial do rádio - chamada de o “novo rádio” por diversos pesquisadores -, fomentada justamente pela introdução, disseminação e popularização da internet no ambiente comunicacional.

Neste contexto, Ferraretto (2007) afirma que o novo rádio se configura não somente como um veículo transmissor de ondas eletromagnéticas para emitir mensagens sonoras, em longas distâncias, a grandes audiências. Para além disso, o rádio passa, nesta época, por uma mudança de paradigma, passando a se inserir e a se confundir com outro meio: a internet.

A rede redefine a maneira pela qual as pessoas se informam, projetando o usuário da *www* à condição de produtor e disseminador de conteúdos informativos. Há a existência, nesta rede, de uma espécie de autosserviço, onde o usuário escolhe a maneira como consumirá o conteúdo. Impõe-se, aqui, a multilinearidade como pressuposto para a interação com a rede.

Ao fundir-se à internet, o rádio se obriga a aderir à personalização da informação, ao autosserviço e aperfeiçoar a interatividade para não perder a capacidade de penetração na sociedade. (CEBRIÁN HERREROS apud FERRARETTO, 2007)

A internet expande as possibilidades de disseminação do produto gerado pelo rádio. Hoje a transmissão de conteúdo radiofônico é comum via aplicativos, TV a cabo, *sites*, *blogs* e redes sociais como *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*. O rádio, em ondas sonoras, ou em até outras mídias, está disponível constantemente. Para ter acesso a ele, basta possuir um dispositivo conectado na rede.

Kischinhevsky (2016), pesquisador do radiojornalismo contemporâneo, evidencia em suas obras o termo “rádio expandido” - utilizado pela primeira vez em 2011, em artigo publicado em 2012, com o título “Rádio Social: mapeando novas práticas interacionais sonoras”.

O autor usa a expressão para caracterizar a ampliação do horizonte de difusão proporcionada pela rede em alcance e diversidade de ouvintes. O veículo de comunicação se renova, passando a abranger faixas etárias e classes sociais antes excluídas do contexto da audiência radiofônica.

Isto ocorre porque a internet é, hoje, para a população brasileira e mundial, a maneira mais acessível de receber informações. O rádio, por sua vez, atualmente não é somente um aparelho, ele está em todos os lugares e a qualquer hora, seja no *smartphone*, computador, *tablet* ou televisão.

O rádio expandido rompe com um dos paradigmas do rádio hertziano: a instantaneidade. Kischinhevsky (2016) justifica esclarecendo que agora o conteúdo pode ser ouvido a qualquer hora, de acordo com a disponibilidade do internauta. Isso significa afirmar que, a partir da sua entrada na internet, a programação

radiofônica passa a guardar uma memória, podendo ser recuperada a qualquer momento.

Apesar disto, a informação guardada em uma memória ainda assim pode conter instantaneidade no momento da sua postagem na rede. Exemplo disto é o uso do termo “urgente” em diversos *sítes* noticiosos quando pretendem divulgar um acontecimento que é instantâneo e relevante. Por sua vez, o rádio pode apropriar-se desta instantaneidade da rede e retransmitir o conteúdo rapidamente e, ainda assim, ser instantâneo também.

Todos estes aspectos novos de audição se apoiam no hibridismo de linguagem e em formas de transmissão, que conduzem ao conceito de rádio expandido, utilizado por Kischinhevsky para descrever os processos distintos de consumo de meios auditivos e audiovisuais, como parte da convergência midiática.

O rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música. A escuta se dá em frequência modulada (FM), ondas médias (AM), curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo, (no dial ou via streaming) ou sob demanda (podcasting ou através da busca e arquivos ou diretórios). Se o transistor já havia deslocado o rádio da sala de estar, empurrando-o para o quarto, a cozinha, e as ruas, agora o rádio a pilha tem novos companheiros, que permitem não apenas a escuta em múltiplos ambientes e temporalidades, mas também a produção, a edição e a veiculação de áudios com agilidade crescente e muitas vezes sem fronteiras. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 8)

De acordo com o autor, o rádio foi por muito tempo coadjuvante entre os veículos de comunicação, mas acabou revalorizado ao se misturar à rede mundial de computadores e ao celular - aparelho a partir do qual é possível sintonizar uma emissora e que, segundo Kischinhevsky (2016), atualmente cada brasileiro tem um.

O alcance do rádio vai agora muito além das ondas hertzianas. É o meio jornalístico melhor adaptado às mudanças tecnológicas surgidas com a internet. Para Quadros e Lopez (2013), quando o rádio se apropria destes elementos da comunicação mediada pelo computador, as suas características mudam, se adequando à nova linguagem.

Desta forma, uma das principais características do veículo também se altera: a interatividade molda-se a esta nova realidade, amplificando, por meio das tecnologias digitais, as maneiras de interação entre audiência e emissora.

O meio de comunicação passa a apresentar-se em outros ambientes, como o site institucional e/ou de notícias, redes sociais, aplicativos para celular e TV por assinatura, expandindo seus espaços de penetrabilidade e, conseqüentemente, a sua influência.

Esse receptor que sempre esteve presente na história do meio, agora dispõe de uma variedade muito maior de ferramentas e dispositivos que permitem sua interação, se não com o conteúdo sonoro, pelo menos com os novos conteúdos disponibilizados nos diferentes espaços onde o rádio se insere. (QUADROS; LOPEZ, 2013, p. 13)

Cebrián Herreros (apud QUADROS; LOPEZ, 2013) destaca o cenário da convergência como responsável por impulsionar o rádio para uma maior interatividade com os ouvintes, promovendo uma mudança no modelo radiofônico.

O rádio converge para outras mídias, o que resulta em sua expansão: é um transbordamento para novas possibilidades comunicacionais. A “cultura da convergência”, abordada no livro de Jenkins (2009), de título homônimo, explica este fenômeno da convergência midiática. É importante ressaltar, entretanto, que o autor não analisa a noção de convergência por um ponto de vista tecnológico, mas sim, sob uma perspectiva antropológica. “A convergência é o futuro, mas está sendo moldada hoje”, explica o autor (2009, p. 343).

Em linhas gerais, é possível afirmar que a convergência é uma transformação cultural, e ocorre nos cérebros de consumidores individuais e suas interações sociais com os outros. Para Jenkins (2009), as formas de comunicação tendem cada vez mais a convergir para um único meio.

Neste sentido, segundo o autor, todas as principais mídias estão sendo influenciadas pela internet como uma forma de adaptação às transformações culturais, sociais e mercadológicas acarretadas pela ascensão da cultura digital. A convergência midiática, de acordo com Jenkins (2009), é o local “onde as velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde

o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (2009, p. 29).

Fidler e Jenkins (apud KROTH, 2006) argumentam que três motivos principais levaram o rádio a aderir à convergência: ela traz novas possibilidades de enriquecimento do meio, fazendo com que o veículo evolua, criando novos conteúdos, e com várias maneiras de vender estes para os consumidores; a convergência reforçaria a lealdade com estes consumidores; e o rádio poderia explorar as vantagens da distribuição multiplataforma.

Jenkins (2009) endossa os argumentos acima. Para ele, a indústria midiática adota a convergência para explorar as vantagens dos conglomerados, criar múltiplas formas de vender o conteúdo e consolidar a fidelização do consumidor.

Devido a estes fatores, torna-se crescente a apropriação da internet pelo rádio. A internet facilita a busca de informação ao radialista.

#### **4.3.1 A internet como fonte para os radiojornalistas**

Este e os próximos dois tópicos abordam assuntos diretamente ligados ao processo de expansividade do rádio: a internet como fonte para os radiojornalistas, produção no rádio na era da multimídia e redes sociais no radiojornalismo. Estes três temas foram separados e destacados do tópico principal pela importância neste trabalho.

O tópico presente é de fundamental importância no emergente ciclo produtivo do rádio, porque a busca de informação na internet o alimenta. A internet abastece as programações das rádios de diversas formas. A talvez mais simples delas é a leitura de matérias pela navegação na rede durante a apresentação. Se não há assunto para o âncora preencher o tempo de duração de um programa, ele pode, simplesmente, abrir um *site* de sua preferência e ler alguma notícia e, até, tecer um comentário sobre o assunto.

A internet viabiliza ao radiojornalista informações de todas as partes do mundo ao alcance de um *click* do *mouse*. Gomes e Santos (2017, p. 68) ressaltam que “a rapidez com que a internet disponibiliza a informação auxilia aos jornais, principalmente, os de rádio, a manterem a programação de informação sempre atualizada.”

Gomes e Santos (2017, p. 58) são categóricos quanto às rádios, nas quais, em seus programas jornalísticos, os locutores leem matérias de jornais do dia anterior: “elas estão obsoletas e estão perdendo o espaço e a credibilidade da sociedade.”

Neste sentido, pontua Bianco (2012), habitualmente, nas redações de meios de comunicação tradicionais, como rádio, televisão e jornal impresso, a Rede Mundial de Computadores é utilizada como caminho de acesso e contato a múltiplas fontes, agências de notícias e jornais *online*.

Dentre as vantagens dos processos de produção e disseminação realizadas com o computador - destaca Machado (2003) - está a possibilidade de pesquisar em fontes secundárias, como artigos, relatórios, dicionários e enciclopédias.

Bianco (2018) pondera que a *web* é uma ferramenta para agilizar o trabalho de vigilância e examinar documentos oficiais, realizar investigações e trabalhar assuntos que, em boa parte, são esnobados pela imprensa tradicional.

Entretanto, para a autora, o uso da internet na prática do trabalho do profissional de rádio está aquém do real potencial de alterar a profundidade de produções jornalísticas, já que os profissionais tendem a realizar pesquisas rasas levando em conta a capacidade de trabalhar temas com penetração na rede.

Para Machado, (2003) a criação da tecnologia digital desencadeia um processo de utilização das redes telemáticas que apresenta duas vertentes. Em uma delas as redes são usadas como ferramenta auxiliar para a elaboração dos conteúdos obtidos com métodos clássicos. No outro, todas as etapas, como produção, pesquisa, apuração e distribuição acontecem dentro das redes. Este jornalismo é completamente voltado para o ciberespaço e fica, ali, limitado.

Nesta linha de pensamento, de acordo com Bianco (2012, p. 4), a internet tem sido um instrumento para coletar informação pronta de segunda ou terceira mão a qualquer momento. “Essa modalidade tornou a rede parte constitutiva do próprio método de checagem e apuração de informação em emissoras de rádio especializadas em jornalismo”.

Koch (apud MACHADO, 2003), por sua vez, entende que a nova sistemática de produção de radiojornalismo traz, ao profissional da área, mais liberdade em relação aos pontos de vista teoricamente limitados de especialistas e fontes consideradas oficiais.

Conforme a ideia exposta por Machado (2003), o ciberespaço possibilita um radiojornalismo cada vez mais democrático. No entanto, pode atrapalhar o jornalista por conta da multiplicidade de fontes.

Por exemplo, na internet há possibilidade das instituições produzirem o seu próprio conteúdo, diminuindo, assim, a dependência dos radiojornalistas em relação às fontes consideradas oficiais.

Lopez (2010) afirma que a internet não é a única tecnologia responsável pelo atual momento de transição do rádio, mas contra-ataca assinalando que a rede foi a tecnologia que permitiu a maior aproximação entre os jornalistas e suas fontes, possibilitando novas técnicas para a construção da notícia.

No espaço virtual, usuários também podem se transformar em fontes. Isto permite uma maior diversidade de formas de obtenção de dados.

Machado (2003) exemplifica com os portais *online* nos quais os internautas podem responder, opinar ou, até mesmo, informar algum fato no mesmo momento do consumo da informação.

O fator diferencial do jornalismo digital consiste na redistribuição dos poderes de controle entre todos os membros do sistema, considerando que os usuários são ao mesmo tempo fontes e produtores de conteúdos (2003, p. 11).

Para Bianco (2005), a internet é considerada como local que simboliza a interação e cognição e, desta forma, gera novas possibilidades de comunicação e de socializar.

Fator importante caracterizado por Machado (2003) é que o radiojornalista pode acompanhar e participar de discussões, nas quais há probabilidade de descobrir fontes para reportagens.

Ao servir de meio técnico para acesso a fontes de informação, suporte e meio de comunicação, a *web* cria um novo ambiente organizativo das rotinas produtivas no rádio. Bianco (2012) diz que sua influência está presente em todo o processo de noticiabilidade, na recolha, seleção do acontecimento, redação e veiculação de notícias.

Diferente do jornalismo convencional, o *online* possibilita a produção de conteúdo sem a presença física no local. Machado (2003) argumenta que, ao invés do profissional transformar a declaração de uma fonte em notícia, no jornalismo em rede, o levantamento de dados é realizado anteriormente e a declaração serve, nesta modalidade, para dar credibilidade à notícia.

Atualmente, em alguns casos, a própria declaração é replicada de algum outro meio, seja em forma de texto, de portal para portal, ou no caso do rádio, em áudio retirado de um *site*, possivelmente concorrente, para rodar em alguma reportagem.

Com uma perspectiva mais pessimista, Bianco (2012) escreve que a questão fundamental é saber até que ponto a mudança nas rotinas produtivas contribui para, de certa forma, “estragar”, aos poucos, os fundamentos básicos da cultura profissional do radiojornalista. A imparcialidade e a busca pela verdade ficariam em segundo plano.

Kochhann, Freire e Lopez (2011, p. 3) afirmam que esta característica de geração de conteúdo a partir da internet se tornou um problema, porque um dos principais atributos do rádio é atender as necessidades de informações locais de seu público. “Para isso, nada mais indicado do que a reportagem de rua propriamente



dita. Uma vez que o repórter fica na redação ‘empacotando’ conteúdos recebidos [e encontrados na *web*], o rádio perde um pouco dessa sua característica”.

Nesse sentido, um dos pontos lembrados por Del Bianco (2005) seria a padronização das matérias jornalísticas, já que o jornalista se baseia, agora muito mais, no que já foi divulgado pelos outros meios de comunicação na *web* e até mesmo por ouvintes relegados à condição de cogeradores informativos. A busca do novo seria restringida pela acomodação e, também, devido à maneira padronizada de buscar a informação, almejando sempre, postar a notícia da forma mais rápida possível.

A internet, ferramenta ainda recente, conforme Del Bianco (2005), transporta para o setor da produção de informação seus próprios valores-notícia, como: livre fluxo da informação, cooperação entre usuários, comunicação horizontal, interatividade, personalização de conteúdo, acesso e atualização em tempo real.

Estes valores, em atuação dentro do campo, contribuem para alterar a percepção dos radiojornalistas a respeito de valores-notícia tradicionais, como: importância, atualidade, interesse e novidade.

A internet, como fonte para os radiojornalistas, é uma questão revolucionária dentro do campo, mas o desenvolvimento tecnológico age ainda de muitas outras maneiras nas rotinas produtivas dos meios de comunicação.

#### **4.3.2 Produção no rádio na era da multimidialidade**

Em tempos de internet, não basta o profissional saber falar bem, com uma dicção perfeita e voz aveludada. O radiojornalista necessita escrever para diferentes mídias, editar, fotografar, gravar entrevistas, e postar em *sítes* e redes sociais.

Kischinhevsky (apud KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011) discorre que o jornalista de rádio é provavelmente a maior vítima do processo econômico, social, político e cultural chamado convergência.

Exemplo disto pode ser visualizado diariamente nos meios de comunicação que exigem um profissional ágil e multimídia. Os autores atribuem uma sobrecarga aos profissionais de emissoras fora dos grandes centros.

Essa situação assume um destaque ainda maior quando trata-se da produção do jornalismo do interior. O profissional de rádio, no contexto interiorano, é quem redige as notícias, grava as entrevistas, faz a locução e ainda, algumas vezes, abastece o site da emissora com informações. (KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011, p. 3)

Atualmente, o repórter grava a sonora do entrevistado e seu próprio áudio para montar o texto e editá-lo no caminho entre o local do fato e a redação da rádio. Facilidades tecnológicas como essa tornaram a internet uma das maiores parceiras do radiojornalismo.

Gomes e Santos (2017) enaltecem o uso de equipamentos no auxílio à captura das informações em formato multimídia. Os autores destacam que os celulares da atualidade são capazes de gravar em *MP3* tornando o áudio pronto para a edição do repórter de rádio. “Computadores portáteis e a internet *wireless* favorecem o trabalho dos repórteres que precisam fazer a entrevista, editar a matéria e enviá-la à emissora para ser noticiada.” (p.68)

Bom aparato tecnológico com acesso à internet é um diferencial para uma boa atuação do repórter de rádio na produção das matérias, que serão publicadas também no *site* da emissora.

Além de postar a matéria escrita no radiojornal *online*, as empresas podem armazenar o arquivo de áudio no *site* da rádio, para que o ouvinte possa ter acesso a determinadas entrevistas e produções do jornalismo da rádio.

Gomes e Santos (2017) acreditam que esta estratégia ajudou a aproximar cada vez mais o jornalismo do cidadão, pois esse vê nas rádios um aliado às suas necessidades e às da comunidade.

Disponibilizar o áudio, junto à matéria, como citado no parágrafo acima, remete à ideia de memória. Com a internet, todo material postado na internet fica permanentemente disponível - caso não haja problemas com o servidor do *site*.

O ouvinte que perdeu algo pode acessar o portal da emissora de rádio, ler a matéria, ou ouvir o áudio do que foi para o ar. Antes da internet, o que era dito em determinado instante era transmitido em ondas sonoras que ficariam inacessíveis assim que transmitidas pelos receptores.

Este é mais um recurso importante trazido pela internet, principalmente ao rádio, que dissemina as informações de uma forma rápida. De acordo com Palacios (2003), a memória no jornalismo na *web* pode ser recuperada tanto pelo produtor da informação, quanto pelo usuário, através de arquivos *online* providos com motores de busca.

Atualmente, os próprios *sites* de rádios possuem campos de busca disponíveis aos usuários, onde é possível encontrar materiais antigos. Também é possível chegar aos materiais navegando por categorias retornando pela paginação.

A acumulação de informações, conforme Palacios (2003), é mais viável técnica e economicamente na *web* do que em outras mídias. “Acrece-se o fato de que na *web* a memória torna-se coletiva, através do processo de hiperligação entre os diversos nós que a compõem.” (p. 4)

O volume de informação anteriormente produzida e diretamente disponível ao usuário e ao produtor da notícia cresce exponencialmente.

Sem limitações de espaço, numa situação de extrema rapidez de acesso e alimentação (Instantaneidade e Interatividade) e de grande flexibilidade combinatória (Hipertextualidade), o Jornalismo tem na Web a sua primeira forma de Memória Múltipla, Instantânea e Cumulativa. (PALACIOS, 2001, p. 8)

Neste sentido, o autor alerta para a possível confusão entre produtor e consumidor da informação jornalística, já que os consumidores poderiam opinar em fóruns incorporados aos *sites* noticiosos, onde a informação publicada ficará permanentemente disponível. Isto ocorre com maior frequência atualmente, sendo incrementado pelas redes sociais.

Um dos recursos mais interessantes para o rádio, levando em conta a memória disponibilizada pela internet, é o *podcast*. Por meio dele é possível

disponibilizar áudios sobre uma determinada entrevista, reportagem, programa na íntegra ou debate, entre outros conteúdos difundidos na rádio.

De acordo Sant'ana e Farias (2016), uma das características mais marcantes do *podcast* é sua atemporalidade. Os autores exemplificam dizendo que um mesmo programa continuará disponível na internet enquanto estiver hospedado na rede.

Além disso, o *podcast* torna a visualização do programa mais fácil, já que o usuário pode escolher por realizar o *download* ou salvar o *link* e, posteriormente, ouvi-lo quantas vezes quiser.

Para Araujo (apud SANT'ANA; FARIAS, 2016), comunicação através do *podcast* aproxima os grupos e comunidades, porque os conteúdos vinculados retomam um interesse individualizado do sujeito, que pode compartilhar em suas redes sociais o áudio consumido.

Conforme Kischinhevsky (2012), o áudio tem sido moeda importante para diversos portais, que estão se formando como mídias sociais de base radiofônica. “Pessoas físicas, rádios comunitárias, grandes grupos de comunicação – todos buscam tornar os conteúdos que postam na internet cada vez mais passíveis de circulação, intercambiáveis.” (p. 141)

Se por um lado o *podcast* aproxima grupos e comunidades dos veículos de comunicação, há redes sociais que facilitam a interatividade do público com o rádio, como o *WhatsApp Messenger*, onde é possível enviar vídeos, fotos, áudios, entre outros. Para isto, basta ter acesso à internet.

#### **4.3.3 Redes sociais no Radiojornalismo**

“O meio é a mensagem”. Esta é a mais célebre frase do pensador Herbert Marshall McLuhan, destacado educador, intelectual, filósofo e teórico da comunicação canadense.

Famoso por vislumbrar a internet quase trinta anos antes de ser inventada, McLuhan chamava a atenção para o fato de que o conteúdo é influenciado pelo

meio, na medida em que este "configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas" (apud RECUERO, 2012, p. 1).

Estas premissas, discutidas e criticadas através dos anos, ganham força com o surgimento das mídias digitais, confirmando as afirmações de McLuhan (RECUERO, 2012).

Independente do conteúdo, o meio de transmissão influencia a forma como a sociedade recebe a mensagem. Isto é visto nas redes sociais, viralizadoras de informações.

Recuero (2012) propõe que, se os meios são as mensagens, na era digital a mensagem é constituída pelas redes sociais. São elas que dão suporte para a circulação das informações que caracterizam a mídia social.

A pesquisadora caracteriza a mídia social como fluxos de informação que ocorrem nas redes sociais da internet, e não um tipo de tecnologia em si.

Carvalho e Barichello (2017, p. 773) vão ao encontro desta afirmativa e concluem:

O social destas mídias refere-se aos aspectos relacionais, conversacionais e dialógicos que estão presentes como potencialidades, em alguns serviços da internet, como os blogs, os sites de rede social, os softwares ou os aplicativos voltados para a conversação, e as plataformas de compartilhamento de vídeo, áudio e imagens.

Estes meios portam a possibilidade de compartilhar conteúdo, podendo ser utilizados por um usuário, grupos e movimentos sociais, partidos políticos, empreendimentos de diversos campos, figuras públicas e organizações de comunicação, como uma emissora de rádio. (CARVALHO; BARICHELO, 2017, p. 773)

Antes do surgimento das redes de compartilhamento interpessoal e de comunidades citadas acima, matérias aclamadas pela audiência dos veículos tradicionais eram vistas ou ouvidas em menor escala. No caso do rádio, apenas aqueles que estivessem acompanhando a programação receberiam a mensagem.

Após o surgimento dos portais de conteúdo, o veículo rádio poderia reverberar a matéria em seu *site*. Mesmo assim, o compartilhamento da página virtual era deficitário, porque a maioria dos internautas não acessam com frequência o mesmo *site*. Então surgem as redes sociais, onde o compartilhamento de matérias jornalísticas alcança repercussão dificilmente atingida anteriormente. Agora o público decide o que é mais relevante por meio do engajamento, medido através de compartilhamentos, curtidas e comentários, sem menosprezar o papel dos algoritmos na definição das prioridades de consumo.

A principal rede social do mundo surgiu em 2004: o *Facebook*. A plataforma é o *site* do gênero que mantém o maior número de usuários no mundo, com 2,2 bilhões de membros ativos mensalmente, segundo dados do *site* Oficina da Net (texto online, 2018).

Mark Zuckerberg, o proprietário da plataforma, é detentor de uma série de outros *sites* e aplicativos. As redes sociais de Zuckerberg são essenciais nas estratégias das organizações jornalísticas, porque grande parte dos acessos à internet no mundo estão concentrados nestes *sites*. (CARVALHO; BARICHELO, 2017)

A maior parte das emissoras de radiojornalismo, assim como demais meios de comunicação, possui conta no serviço, difundindo conteúdo e gerando relacionamento com os seguidores. Recuero (2018) explica que as redes sociais na internet possuem custo menor - ou inexistente - e suas conexões possuem permanência, resultando em maior acesso à informação por seus usuários.

O *Whatsapp Messenger* é a segunda rede social mais utilizada em escala global, com 1,5 bilhões de usuários por mês. Conforme pesquisa realizada por Santos e Behs (2016) no Jornal Extra, Rádio Gaúcha e TV Record RS, o aplicativo de mensagens se tornou a principal fonte de informações destas emissoras.

Eles afirmam que os veículos ainda fazem rondas, possuem escuta, abastecem-se de conteúdos compartilhados por outras mídias sociais, mas em nenhum caso, a participação é tão efetiva, facilitada e espontânea como neste aplicativo.

“Se antes os repórteres tinham que ir ao local do fato para, além de testemunhar, coletar relatos e capturar imagens, hoje, estes dados chegam à redação muito antes mesmo de ela ser notificada sobre os acontecimentos”. (SANTOS; BEHS, 2016, p. 7)

Silva (2015, p. 30) assegura que o aplicativo de mensagens instantâneas “favorece o caso de furos de reportagem pelo recebimento exclusivo de vídeos, fotos e textos do público que viram reportagens.”

Segundo os autores citados acima, a concentração no uso do *WhatsApp* *Messenger* ocorre devido à familiaridade proporcionada: amigos e familiares estão na rede social após a viralização do aplicativo. Além disso, diferente da comunicação via SMS, não há custo para o envio de mensagens.

A afirmação endossa a citação de Recuero (2018), registrada acima neste trabalho, que descreve um maior acesso à informação nas redes sociais devido ao custo reduzido desta plataforma.

Além do aplicativo de mensagens, outras redes sociais muito usadas em todo o mundo, que contribuem ao radiojornalismo, são o *YouTube*, com 1,5 milhão de usuários ativos mensalmente; o *Instagram*, com 813 milhões de usuários mensais; e o *Twitter*, com 330 milhões de usuários ativos ao mês. (OFICINA DA NET, texto online, 2018)

Como já apresentado, o rádio passou por diversas transformações tecnológicas ao longo de sua história. As redes sociais da internet são mais um importante passo para a evolução deste meio de comunicar, que tem se estabelecido pela capacidade de adaptação às diversas realidades econômicas, políticas e culturais por qual o veículo passou desde seu surgimento.

Machado (2003) acredita que os profissionais ainda estão desprovidos de conhecimento e paradigmas claros para lidar com o jornalismo produzido em rede, ainda muito recente.

A falta de clareza sobre as consequências para o jornalismo da disseminação do suporte digital dificulta a compreensão plena das particularidades da prática jornalística nas redes, das mudanças no perfil do profissional, na estrutura organizacional das empresas jornalísticas e das funções que o usuário passa a ocupar no sistema de produção de conteúdos. (2003, p. 1)

A premissa acima, apesar de ter sido publicada há 15 anos, ainda é válida, pois a constante evolução digital traz incertezas quanto ao futuro cenário. Novas redes sociais podem surgir e desbancar antigas apostas de meios de comunicação. Como, também, o *Facebook* pode mudar algum algoritmo que afete drasticamente páginas de emissoras. O controle é da rede social. No entanto, não há dúvidas sobre a capacidade de adaptação do rádio para a conjuntura que está por vir. O radiojornalista deve ter consciência sobre o cenário de contínuas mudanças para estar preparado a tudo.



## 5 ANÁLISES

A apreciação dos dados que sustentam a presente análise é resultado do acompanhamento do processo de produção, apresentação e disseminação da programação, da manhã do dia 10 de maio de 2018, da Rádio Independente. Foi analisado como a internet impacta na produção e disseminação de conteúdo durante os programas Acorda Rio Grande, Panorama e Dinâmica, que acontecem entre 5h e 11h30min, horário de maior audiência da Rádio Independente.

A análise identificou como as novas tecnologias ligadas à internet, no contexto da Rádio Independente, foram utilizadas para dinamizar o conteúdo reverberado em multiplataforma. Para a coleta das informações foi realizada uma observação empírica da rotina produtiva, análise do áudio dos programas e dados de acesso via Google Analytics, e postagens na internet, além de entrevistas estratégicas para obter a máxima resolução do problema de pesquisa.

A produção de radiojornalismo, utilizando a internet, é abordada desde a produção dos programas, passando para a transmissão em Amplitude e Frequência Modulada (AM e FM), até a entrega em multiplataformas.

O processo de expansividade do veículo é elucidado através de diferentes formas com o uso da internet: na produção com a utilização de *sites* para alimentar a programação com notícias, pela transmissão em diversas plataformas, potencialização do conteúdo reverberado via redes sociais e na interatividade com o ouvinte, que ganha, além de novos canais, mais possibilidades interacionais, como

com o envio de fotos à Rádio.

Esta análise é iniciada com o relato abaixo do coordenador do departamento de *Websites* e radialista da Rádio Independente, Fabiano Conte, que lembra do primeiro *site* da emissora, o qual teve participação na criação.

*“Tínhamos a possibilidade de colocar, senão me engano, três ou quatro notícias por dia, que a gente atualizava. No início praticamente era só texto, não tinha foto, vídeo nem pensar. Foi uma época que pra ter uma ideia a gente ainda usava máquina de escrever na redação. São 18 anos que se passaram, mas ainda tinha. Essa foi a ideia inicial, porque já se tinha acesso a outros sites e nós não tínhamos. Foi basicamente isso”* (CONTE, 11 maio 2018).

Em uma época onde a redação estava tomada por máquinas de escrever, um *site* próprio, mesmo sustentado somente por produção textual, era uma revolução.

Cinco anos após o primeiro veículo de comunicação brasileiro colocar-se na internet - o Jornal do Brasil, em 1995, segundo Ferrari (2010) -, a Rádio Independente seguiu a tendência nacional da época. Benigno Neto (2008) assinala que a exploração mercadológica foi a responsável por esta adesão. Há, portanto, um imperativo de mercado que se impõe em relação à produção jornalística, que passou a se moldar às exigências decorrentes de um novo modelo de negócios.

A constante evolução tecnológica, impulsionada após o surgimento da internet, faz parecer que o relato do comunicador Fabiano Conte diz respeito a uma época ainda mais antiga. Isto porque hoje é comum “assistir” rádio, via redes sociais, por meio de um *smartphone*, por exemplo. Este avanço era inimaginável nos anos 2000.

Esta lembrança do surgimento do *site* da Rádio Independente é um marco para a emissora, porque a partir deste momento seu conteúdo passou a estar disponível na internet. A análise segue, agora, assinalando a produção, transmissão e a interatividade do conteúdo radiofônico reverberado em rede, além da potencialização gerada pelas redes sociais, elementos fundamentais no ciclo produtivo de rádio em tempos de internet.

## 5.1 A influência da internet na produção e transmissão de conteúdo

A Rádio Independente tem como tradição iniciar sua programação nas primeiras horas da manhã com o canto dos pássaros. O canto de certa forma evoluiu. A música das aves é a mesma há muitos anos. O diferencial do momento atual é a sua forma de transmissão e entrega. Agora pode-se acompanhar a sonoridade por um *site*, aplicativo de celular ou até pela rede social *Facebook*, com imagens do estúdio da emissora, onde durante o canto, é possível ver os apresentadores já posicionados procurando por notícias na internet e jornais impressos.

Após cinco minutos do som, que desperta os ouvintes diariamente, precisamente às 5h05min o âncora Paulo Rogério dos Santos, há 39 anos na Rádio Independente, abre o microfone para iniciar a locução das principais informações do dia. O coapresentador Nicolas Horn inicia sua participação no ar alguns minutos depois já lendo notícias da internet.

Por observação empírica nota-se que o *sites* mais utilizados são o G1, GaúchaZH, Folha de São Paulo e Estadão. Horn justifica dizendo que *“esses talvez sejam os principais sites, porque como são sites muito amplos eles tem todas as editorias, e a gente consegue então navegar por ele pra poder contemplar essas faixas de ouvintes”* (11 maio 2018).

Apesar de ser umas das mais importantes rádios do interior do Rio Grande do Sul, não há uma produção de conteúdo realizada momentos antes do programa começar. Os primeiros a chegar na rádio são os apresentadores e o operador de mesa de áudio, instantes antes do início do programa. A programação é iniciada, com notícias regionais, deixadas pela equipe de jornalismo no dia anterior. O restante da programação é preenchida, em maior parte, com comentários, programetes, notícias de jornais impressos e, principalmente, com *sites* noticiosos.

No início da manhã, há apenas um repórter que colhe informações relacionadas à polícia e ao trânsito, editorias de maior audiência da emissora. Às 5h50min, o terceiro apresentador do programa, Renato Souza, inicia sua participação. Sua função é destinada, no Acorda Rio Grande, à leitura de

comerciais, portanto não costuma utilizar a *web* como fonte para reproduzir conteúdo.

Ao longo do dia 10 de maio de 2018, tomado aqui como baliza para a produção dessa pesquisa, a notícia de maior repercussão foi informada pela primeira vez às 5h57min, com uma entrada ao vivo direto do local do fato, via chamada telefônica. *“Taxista foi morto a golpes de faca”*, anuncia o repórter Daniel Bortolini.

Neste momento, Renato Souza enaltece a entrada do repórter falando em *off* para os colegas: *“Isso é o rádio, a gente tá perdendo essa emoção do ao vivo. Semana passada explodiram três bancos em Colinas e ninguém foi.”* Kochhann, Freire e Lopez (2011) endossam a afirmativa acima ressaltando que a geração de conteúdo a partir da internet acaba se tornando um problema, porque um dos principais atributos do rádio é atender às necessidades de informações locais de seu público.

Para Horn (17 maio 2018), este não é um problema da internet, mas do jornalista. *“Daqui a pouco é o profissional, que naquele momento, ele não fez o que deveria ser feito, mas existe este perigo de cair nesta emboscada que é fazer o jornalismo de dentro da redação.”*

Conforme Bianco (2012), ao servir de meio técnico para acesso a fontes de informação, suporte e meio de comunicação, a *web* cria um novo ambiente organizativo das rotinas produtivas no rádio. Percebe-se a atuação desta rotina no boletim realizado por Daniel Bortolini. Além de participar da programação da rádio, o repórter fez fotografias do local e, por meio de um *smartphone*, realiza a postagem no *Facebook*.

**Figura 2 - Postagem realizada por repórter durante boletim**



Fonte: Adaptação do autor (RÁDIO INDEPENDENTE, texto online, 10 de maio 2018)

No instante da postagem, são 6h da manhã. Neste momento o departamento de *Websites* não está na rádio para trabalhar com a informação para a plataforma *online*, o que torna ainda mais importante a postagem pelo repórter.

Kischinhevsky (apud KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011) aponta o profissional de rádio, no contexto interiorano, como a maior vítima da convergência midiática devido à acumulação de funções. *“A gente tá sempre atrelado a um contexto institucional de que se não há pessoas suficientes pra fazer a matéria, pra ir no local, ou pra de fato averiguar a situação se utiliza a internet como paliativo pra*

*poder então conseguir trazer a informação de alguma forma, mas de alguma forma mais rápida”* (HORN, 17 maio 2018).

Ainda segundo Kischinhevsky (apud KOCHHANN; FREIRE; LOPEZ, 2011), o repórter de rádio tem, atualmente, em muitas vezes, a função de gravar a sonora do entrevistado e seu próprio áudio para montar o texto e editá-lo no caminho entre o local do fato e a redação da rádio. Alguns minutos após a participação de Daniel Bortolini, tanto no ar, quanto na postagem realizada no *Facebook*, ele fez justamente o que foi caracterizado acima pelo autor. Após gravar uma entrevista com o delegado responsável pelo episódio, utilizando um aplicativo de *smartphone*, ele envia o material via *WhatsApp* para o operador da mesa de áudio.

**Figura 3 - Utilizando um *tablet*, operador de mesa de áudio roda reportagens recebidas no *WhatsApp***



Imagem: do autor (2018).

O coordenador de jornalismo da emissora, Ricardo Sander, destaca a qualidade sonora do *WhatsApp* em relação a uma chamada telefônica, técnica ainda mais usada para reportagens realizadas ao vivo da rua. *“O WhatsApp nos permite hoje gravar alguma coisa com uma qualidade boa, muito melhor que uma transmissão ao vivo feita por celular, por exemplo, da rua, que tu manda e isso vai pro ar também. As pessoas muitas vezes nem sabem se isso é ao vivo ou gravado”* (SANDER, 11 maio 2018).

O aplicativo ainda é utilizado para comunicação entre repórter e operador, a fim de passar orientações sobre o áudio enviado, como também para comunicação entre a equipe. Sander (11 maio 2018) exemplifica com *“o grupo do Jornalismo, que a gente muitas vezes discute alguma pauta, alguém que fica sabendo de uma notícia já posta por ali pra gente tomar conhecimento. Muitas vezes quando se posta ali, a pessoa já tá sabendo, até já conversou, mas é importante [...] ou muitas vezes alguma comunicação interna, alguma mudança no sistema de gravação ou alguma escala de trabalho, muitas vezes se utiliza pelo WhatsApp.”*

Após três horas de programa, o *Acorda Rio Grande* chega ao fim. Nicolás leu dez matérias de diversos sites, enquanto Paulo Rogério apropriou-se de conteúdo da internet em duas oportunidades, preferindo ainda o conteúdo de jornais impressos. Percebe-se que o apresentador mais novo fica incumbido de ficar atento às informações que surgem na internet, possivelmente pela facilidade de gerações mais novas lidarem com as tecnologias.

Com o fim do programa de maior audiência da Rádio Independente, o *Acorda Rio Grande*, a transmissão ao vivo via *Facebook* é encerrada para dar início a outra, destinada ao *Panorama*. No entanto, as *lives* que começam em horas cheias são iniciadas durante a execução de programas como *Independente Notícias* e *Correspondente Independente*.

**Figura 4 - A cada programa uma nova transmissão ao vivo é iniciada. Correspondente e Independente Notícias são transmitidos nas *lives* do programa que está no ar, ou no próximo**



Fonte: Adaptação do autor (RÁDIO INDEPENDENTE, texto online, 10 de maio 2018).

Seguindo a programação, inicia-se a primeira edição do Correspondente Independente, às 8h. O programa tem duração de apenas dez minutos e traz notícias curtas, com um resumo dos acontecimentos do dia até então a nível de região, estado, país e mundo. Mais uma vez, utiliza-se da internet como fonte principal.

Além das informações do trânsito, foram veiculadas 12 notícias, destas cinco eram adaptadas de *sítes* da internet, o que mostra mais uma vez a dependência de *sítes* jornalísticos para a produção de conteúdo para o rádio. Antes da Internet, segundo Conte (11 maio 2018), para produzir um programa com notícias de fora do alcance de cobertura da Rádio Independente, era necessário utilizar as notícias de jornais, que acabavam ficando ultrapassadas ao decorrer do dia. *“A dependência da informação, especialmente como uma rádio que precisa de notícias de fora, que não pode só viver com notícias provincianas, é uma dependência necessária. Eu julgo por aí. Hoje nós não temos como produzir uma notícia de Porto Alegre e de Brasília, porque não temos ninguém lá. Se tivéssemos seria muito mais fácil.”*



A Rádio Independente possui atualmente um repórter em Porto Alegre, o qual cobre somente a dupla Gre-Nal. Ao vivo da capital dos gaúchos, Leandro Schabbach abre suas participações com uma entrada no programa Panorama. Os destaques são postados pelo próprio repórter no *site* e compartilhados no *Facebook*.

Percebe-se, no Panorama, programa veiculado das 8h10min às 10h, que a leitura de notícias não é tão frequente. Isto ocorre pela quantidade de material disponível para o programa, entre matérias, unidade móvel e comentários. Neste horário, também é verificada a presença de grande número de profissionais na emissora, que podem contribuir com o abastecimento de informações para rádio, o que diminui a dependência de fontes externas de informação. Ao todo, foram quatro notícias lidas de *sites* noticiosos pelo apresentador Fabiano Conte.

No que diz respeito à unidade móvel do Panorama, caracterizada por ser realizada ao vivo, nesta oportunidade foi gravada e enviada em seguida via *WhatsApp*. Perde-se a instantaneidade da transmissão em tempo real, no entanto, ganha-se na qualidade de áudio, já que a maioria das unidades móveis são realizadas via ligação telefônica, onde a qualidade é ruim. Há a possibilidade de ligação via *Tieline*. O aparelho dispõe de qualidade extremamente superior a uma ligação de celular. Via aplicativo no *smartphone*, transmite-se áudio ao vivo, por 3G, 4G ou *Wi-Fi*, de “qualquer” ponto da cidade ou do mundo, para um aparelho receptor de *Tieline* localizado no estúdio da emissora.

No entanto, o sinal de internet no Vale do Taquari ainda é insuficiente, em determinados pontos, para uma conexão estável. Gomes e Santos (2017) enaltecem o uso de equipamentos de qualidade no auxílio da captura das informações em formato multimídia. Se a qualidade do áudio for ruim, por exemplo, o internauta não terá interesse em continuar ouvindo, já que na internet é ele quem seleciona o que quer consumir de determinado veículo de comunicação, diferente do rádio convencional, onde não há escolha. Ao encontro desta ideia, argumenta Ferraretto (2007), ao explicar a existência de uma “espécie de autosserviço”, onde o usuário escolhe a maneira como consumirá o conteúdo. Impõe-se, aqui, a multilinearidade como pressuposto para a interação com a rede.

Em meio ao Panorama, às 9h, inicia-se o Independente Notícias, típico programa presente em grande parte das emissoras de radiojornalismo, onde as notícias são atualizadas de hora em hora. Na manhã do dia 10 de maio, foram três Independente Notícias presenciados. Às 9h, 10h e 11h. Todos obedeceram o mesmo padrão de três notícias adaptadas da internet. As mesmas foram postadas no *site* da emissora e compartilhadas no *Facebook*. Os *posts* foram realizados antes mesmo de a notícias ir para o ar. No Independente Notícias das 9h, Rosana Weiss encaminhou as matérias para o setor de *Websites* realizar a postagem. Já às 10h e 11h, Camila Pires foi a responsável pela participação e ela mesma fez os *posts*. Novamente identifica-se que o profissional mais jovem tem a tendência de ter maior facilidade em lidar com as tecnologias provenientes da internet.

Seguindo com a programação da Rádio Independente, o Dinâmica é o programa mais curto dos três acompanhados, e tem em sua programação uma entrevista costumeiramente longa. Portanto, o tempo para leitura de notícias na internet é limitado. Paulo Rogério utilizou-se do artifício em uma oportunidade, totalizando 31 matérias lidas da internet, por apresentadores, no dia de análise deste programa.

Apesar de não fazer parte desta contagem, Renato Souza informou os destaques dos principais *sites* noticiosos, por ele elencado, e do *Twitter*.

**Figura 5 - Radialista utiliza o *Twitter* para destacar assuntos em alta na internet**

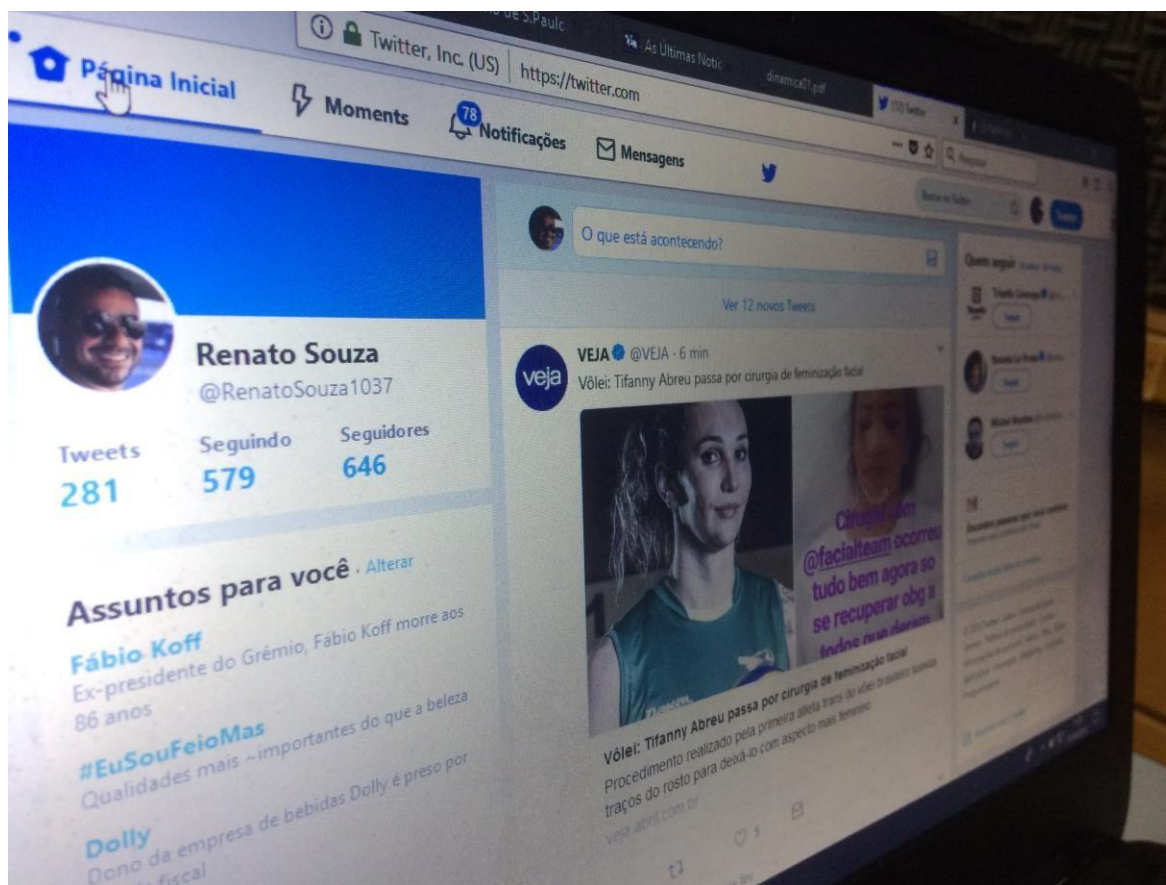


Imagem: do autor (2018).

Sobre a rede social, caracterizada pelo número limitado de caracteres, Horn diz: *“a gente usa também com uma certa frequência, porque as vezes tem notícias que saem na hora, operações, aí é sempre legal estar meio atento, porque, normalmente, às vezes, se consegue algo por ali também”* (17 maio 2018). Sander (11 maio 2008) contribui para o relato destacando a rapidez da rede social como um dos principais atributos na rotina produtiva de rádio.

O entrevistado no Dinâmica do dia 10 de maio foi o coordenador do Departamento de Trânsito de Lajeado, Carlos Kayser. O bate-papo teve duração de 27 minutos e 35 segundos e foi realizado no estúdio da emissora. Após a entrevista, houve a unidade móvel que, via chamada telefônica, foi ao vivo desta vez. Para encerrar o programa, o integrante do departamento de *Websites* Kainan Oliveira trouxe os destaques daquela manhã, do *site* da Rádio Independente.

Horn (17 maio 2018) comenta que o maior veículo de radiojornalismo do Vale do Taquari tem uma posição privilegiada em relação a outros do interior do estado, devido à existência de um setor de webjornalismo. *“Isto é muito bom, porque acaba não sobrecarregando os repórteres de rádio pra pensar até, estrategicamente, a produção de conteúdo online, então cada um consegue focar no que é mais importante”.*

A equipe de webjornalismo - que tem o expediente das 6h30min às 19h - esteve atenta ao que ocorria na programação da Rádio Independente na manhã de análise. A sala do setor localiza-se em frente ao estúdio da Rádio Independente e ao lado do departamento de jornalismo, propiciando o acompanhamento visual do que acontece no estúdio, e comunicação gestual com o setor lindeiro. Todas as salas no entorno do estúdio possuem retorno da programação, permitindo a observação minuciosa.

**Figura 6 - Departamento de *Websites* mantém comunicação visual com o estúdio (e) e Departamento de Jornalismo**



Imagem: do autor (2018.)

Nas cinco horas analisadas, em que o setor esteve ativo, foram postados 34 artigos, destes 19 tiveram produção própria da emissora. Os outros 15 vieram a ser trabalhados com material de *sites* informativos. Os *links* das matérias com as manchetes estão disponíveis no Anexo D deste trabalho.

De modo geral, quadros e programas com notícias de âmbito nacional utilizam-se de matérias da internet, já em notícias da região o conteúdo é próprio. No

entanto, ainda assim, em matérias regionais a internet é constantemente utilizada por meio do contato com fontes, grupos de notícias de *WhatsApp*, *email* e *sites* de assessorias.

Neste sentido, Bianco (2005) aponta para uma padronização das matérias jornalísticas, já que o profissional se baseia, agora muito mais, no que já foi divulgado pelos outros meios de comunicação na *web*.

A busca do novo seria restringida pela acomodação e, também, devido à maneira padronizada de buscar a informação, almejando sempre, postar a notícia da forma mais rápida possível, afirma Bianco (2005). Horn (17 maio 2018), mais uma vez argumenta não ser da internet a culpa pela acomodação jornalística. *“[...] A própria evolução das entidades, empresas e das prefeituras, no sentido de terem uma assessoria de imprensa, na medida que isto também evolui, paralelo a internet, pode acabar gerando algum tipo de comodismo porque hoje se recebe muita informação pronta. Então é possível, hoje, fazer uma matéria só entrevistando alguém por e-mail, WhatsApp e Facebook.”*

Conclui-se, nesta sessão, que as informações apuradas e transmitidas pela rádio são provenientes em maior parte da internet e, quanto maior for o distanciamento geográfico da informação, maior também é a possibilidade do conteúdo emitido ser de origem da Rede Mundial de Computadores.

## **5.2 A potencialização do consumo como resultado do rádio expandido**

A Rádio Independente possui as características mencionadas por Kischinhevsky para definir o rádio como expandido. Um veículo que *“[...] extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música.”* (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 8). Este tópico demonstra, a seguir, como o conteúdo se apresenta em extensões e, a partir delas, converge.

De acordo com esta análise, identifica-se que o *site* da emissora reflete a programação destinada às ondas sonoras da rádio. Todas as postagens realizadas

na manhã do dia 10 de maio são provenientes de material veiculado na Rádio Independente, o que se altera é a forma de entrega nas suas extensões. O conteúdo é difundido em multiplataforma e é caracterizado pela convergência do áudio da rádio para fotos, vídeos, textos hiperlinkados e, inclusive, o áudio, que assume característica de conteúdo convergente quando colocado na matéria, por dispor de memória. Para Kischinhevsky (2016), isto remete também ao rádio expandido, pois o recurso de *podcast* rompe com o paradigma de instantaneidade do rádio hertziano.

Horn (17 maio 2018) contextualiza explicando que, agora, as principais informações da programação, selecionadas pela equipe de *Websites*, podem ser ouvidas a qualquer hora, de acordo com a disponibilidade do internauta. *“No momento que a notícia é veiculada tu não tem como ouvir novamente a menos que ela volte a agenda do rádio. E na internet isto não acontece, porque ela fica então armazenada no site. Então se a pessoa daqui a pouco perdeu alguma notícia ou quer ouvir de novo, ela pode ir pro site para buscar mais informações, inclusive em alguns casos ouvir novamente as entrevistas e reportagens.”*

Exemplo disto é a entrevista mencionada no final da sessão anterior, onde o departamento de *Websites* realizou a postagem do conteúdo multimídia. Da entrevista foi feita uma matéria onde há texto, foto do entrevistado, áudio da entrevista e, ainda, a possibilidade de vê-la pela *live* incorporada ao artigo.

**Figura 7 - Entrevista veiculada em ondas hertzianas converge em conteúdo multimídia**

[Início](#)
[Notícias](#)
[Esportes](#)
[Variedades](#)
[Colunas](#)
[Serviços](#)
[Programas](#)
[Últimas](#)

## Cruzamento das Avenidas Amazonas e Senador Alberto Pasqualini deve receber rótula

Reportagem do Departamento de Trânsito, Carlos Kayser, aborda esta sua reportagem de um trânsito

[Compartilhe no Facebook](#)
[Twitter](#)
[LinkedIn](#)
[WhatsApp](#)



[NETSHOWS](#)

Fazendo um contraponto às declarações dadas pelo vereador Emílio Teixeira durante o Programa Cêntrica desta quarta-feira (09), recebemos o coordenador do Departamento de Trânsito, Carlos Kayser, que prestou esclarecimentos sobre as situações envolvendo o trânsito de Lajeado.

### OUÇA A ENTREVISTA

[▶](#)

Segundo Kayser, o Departamento de Trânsito não possui um orçamento fixo, ou seja, ele depende, de certa forma, do Executivo para executar as suas ideias. Em relação à possibilidade de instalação de um semáforo no cruzamento das Avenidas Amazonas e Senador Alberto Pasqualini, Kayser cita que é a favor da instalação, contudo, a vontade existe nos laudos técnicos feitos por peritos e especialistas contratados pela administração municipal. "Vimnos batelhando por isso desde que era vereador", frisa.

O coordenador comenta que a sinalização é hoje a última opção para o local. Em um primeiro momento deve ser feita a tentativa de instalação de uma rótula e a melhoria da sinalização. Caso isso não resolva os acidentes, deve ser instalada uma faixa elevada, que caso não resolva, também, abrir espaço para a sinalização. "A gente está estudando a possibilidade [...] Uma sinalização nesse espaço gera um gasto de R\$ 60 mil", destaca.

### Veja a entrevista



Fonte: Adaptação do autor (RÁDIO INDEPENDENTE, texto online, 10 de maio 2018).



Durante a entrevista visualizada acima, convergida ao *online*, o coordenador do Departamento de Trânsito de Lajeado, Carlos Kayser, afirmou que ele e os agentes de trânsito estão atentos às publicações da Rádio Independente na internet, principalmente, aos comentários realizados pelos usuários da rede no *Facebook*. *“Eu fiz uma reunião com o conselho municipal de trânsito que nos auxilia com a Câmara de Vereadores e, em certo momento, eu citei que iríamos fazer um estudo para retomar as lombadas eletrônicas. A rádio Independente publicou aquilo como manchete, né. Nas redes sociais deu muitos comentários, mas foi mais de 100. Que o município ia roubar, que queria arrecadar [...] Em virtude de ter muitos comentários negativos em cima de nós, a gente recuou um pouco.”*<sup>1</sup>

O conteúdo reverberado na rede social da Rádio Independente impacta em setores importantes da sociedade. Quando um assunto é de interesse público, como o da citação acima, a potencialização do conteúdo é muito grande via compartilhamento nas redes sociais. Na emissora em questão, a página no *Facebook*, com mais de 68 mil curtidas em junho de 2018, se destaca pelo poder de impulsionamento de acessos ao *site*. Além disso, serve como local de interação e discussão, podendo alterar a percepção de administradores municipais devido às críticas recebidas.

A internet comercial surgiu no Brasil em 1995 (NEUBERGER, 2012). Mais de 30 anos antes disto, McLuhan chamava a atenção para o fato de que o conteúdo é influenciado pelo meio, na medida em que este "configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas" (apud RECUERO, 2012, p.1). Na Rádio Independente, o conteúdo difundido em rede é altamente potencializado pela rede social *Facebook*.

Para comprovar, o trabalho apresenta, agora, dados da Rádio Independente no *Google Analytics*, plataforma que mede, coleta, analisa e produz relatórios de dados de navegação na *web*.

---

<sup>1</sup> Link da entrevista completa com Carlos Kayser: <http://independente.com.br/cruzamento-das-avenidas-amazonas-e-senador-alberto-pasqualini-deve-receber-rotula/>



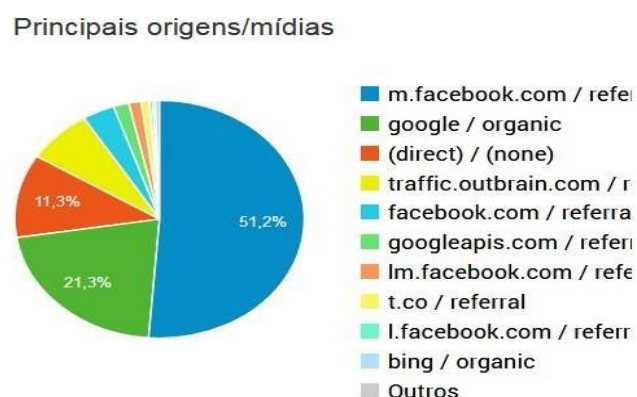
**Figura 8 - Dados de acesso ao site no dia 10 de maio de 2018**



Fonte: Adaptação do autor (GOOGLE ANALYTICS, texto online, 10 de maio 2018).

Os dados quantitativos coletados no *Google Analytics* são referentes a todos acessos ao *site* da Rádio Independente, da 00h às 23h59min do dia 10 de maio, totalizando 61.836 visualizações de página. O que chama atenção e vai de encontro com a premissa de McLuhan, é o meio pelo qual as pessoas acessaram as informações disponíveis no *site* da Rádio Independente.

**Figura 9 - Gráfico mostra como os internautas chegaram ao site da Rádio Independente**



Fonte: Adaptação do autor (GOOGLE ANALYTICS, texto online, 10 de maio 2018)

O gráfico pode ser um pouco confuso para os leigos, mas os principais dados para esta pesquisa são: 51,2% dos acessos ao *site* da Rádio Independente foram realizados pelo *Facebook mobile*; 21,3% via pesquisa em algum mecanismo de busca como o *Google*; 11,3% por *link* direto na *URL* ou página de favorito. Além destes dados destacados na imagem, é importante frisar, que apesar da relevância do *Facebook*, apenas 3,2% dos acessos são provenientes do *Facebook* usando *desktop* - representado pela cor azul clara.

Verifica-se aqui a importância do conteúdo compartilhado na rede para manter o acesso ao *site* o mais estável possível. Neste sentido, observa-se que a equipe de *web* realiza a programação das postagens no *Facebook* em intervalos de no máximo 20 minutos, para manter o engajamento na rede social, a qual leva os internautas ao *site* da emissora, que centraliza todo o conteúdo produzido.

A rádio Independente ainda utiliza-se de pelo menos outras cinco redes sociais. O *Twitter* da emissora possuía 3.069 seguidores em junho de 2018. O conteúdo compartilhado no *Facebook* é automaticamente postado no *Twitter* por meio de uma função de pareamento entre as plataformas. No mesmo mês, o *Instagram* detinha 5.510 seguidores, mas é utilizado, na maioria das vezes, para fotografias de bastidores. Desta forma, dificilmente, agrega em acessos ao *site*. No mesmo período, o *YouTube* da Rádio Independente possuía 270 inscritos. A plataforma de vídeos é pouco usada pela emissora, isto porque utiliza-se, na maioria das vezes, do *Facebook* para subir este modelo de material multimídia. Outra rede social já relatada nesta análise e muito usada é o *WhatsApp*. Não para difundir conteúdo, mas sim para promover interatividade junto com o ouvinte que passa, também, a sugerir pautas para a rádio.

**Figura 10 - Entre as redes sociais da Rádio Independente, *Facebook* é destaque em difundir conteúdo**

Rede social ?	Sessões ?	Visualizações de página ?
1. Facebook	17.691 (98,66%)	24.249 (98,72%)
2. Twitter	233 (1,30%)	296 (1,21%)
3. Google+	4 (0,02%)	8 (0,03%)
4. Instagram Stories	2 (0,01%)	6 (0,02%)
5. Instagram	1 (0,01%)	2 (0,01%)
6. YouTube	1 (0,01%)	2 (0,01%)

Fonte: Adaptação do autor (GOOGLE ANALYTICS, texto online, 10 de maio 2018).

Todas redes sociais juntas representam 57,4% dos acessos ao *site*. O *ranking* acima demonstra a força do *Facebook* em relação às outras mídias sociais que levam público à emissora. Para entender: as Sessões são referentes a quantidade de acessos ao *site*. Neste caso, o usuário pode navegar por várias páginas, mas contará apenas uma vez. Já nas Visualizações de Páginas, todas as páginas acessadas são contabilizadas. Nos dois dados, verifica-se que o *Facebook* foi o responsável para o acesso ao *site* da Rádio Independente em mais de 98% das vezes.

Conclui-se, com este dado, por primeiro, que o trabalho realizado com a rede social em destaque traz resultado. Conforme Horn (17 maio 2018), a Rádio Independente realiza mais postagens no *Facebook* em comparação à Rádio Gaúcha. “O que mostra que a gente tá dentro deste meio de forma bastante semelhante no intuito de querer utilizar as redes sociais pra trazer público.” De acordo com dados do *Facebook Insights*, foram 242 postagens da emissora da capital, contra 250 da rádio do interior, na segunda semana de junho.

Outro ponto relevante é a adesão do público ao *Facebook*. A plataforma é o *site* do gênero que mantém o maior número de usuários no mundo, com 2,2 bilhões de membros ativos mensalmente, segundo dados do *site* Oficina da Net (2018). Os números são avassaladores, mas compreensíveis através da análise deste trabalho.

Seguindo na influência do *Facebook* sobre os acessos ao *site*, há ainda mais um dado que chama a atenção.

### Figura 11 - Celular é o dispositivo mais utilizado para acessar o site da Rádio Independente

quinta-feira, 10 de maio de 2018

Dimensão principal: Categoria do dispositivo

Inserir linhas Dimensão secundária Tipo de classificação: Padrão

	Categoria do dispositivo ?	Aquisição		
		Usuários ? ↓	Novos usuários ?	Sessões ?
		21.388 Porcentagem do total: 100,00% (21.388)	4.797 Porcentagem do total: 100,00% (4.797)	31.530 Porcentagem do total: 100,00% (31.530)
<input type="checkbox"/>	1. mobile	17.242 (80,48%)	3.584 (74,71%)	24.987 (79,25%)
<input type="checkbox"/>	2. desktop	4.010 (18,72%)	1.164 (24,27%)	6.313 (20,02%)
<input type="checkbox"/>	3. tablet	173 (0,81%)	49 (1,02%)	230 (0,73%)

Fonte: Adaptação do autor (GOOGLE ANALYTICS, texto online, 10 de maio 2018).

A figura 9 mostra que 51,2% dos acessos ao *site* foram efetuados via *Facebook Mobile*. Já acima visualiza-se que, dos 21.388 usuários do *site* no dia 10 de maio de 2018, 17.242 utilizaram um *smartphone* para o procedimento, o que representa mais de 80% de todo montante. Com estes números, fica claro a influência do *Facebook* no dispositivo empregado para a atividade.

Conforme Kischinhevsky (2016), atualmente todo brasileiro tem um celular, o que também justifica a opção pelo aparelho para acessar informações jornalísticas. De acordo com ele, ao se misturar à rede mundial de computadores e ao celular, o rádio volta a ganhar força. Para o autor, que cunhou o termo rádio expandido, o veículo foi por muito tempo coadjuvante entre os meios de comunicação, mas a adaptação ao ambiente digital revaloriza sua posição frente aos concorrentes.

Quadros e Lopez (2013) endossam os argumentos de Kischinhevsky, enaltecendo que o rádio é o meio jornalístico melhor adaptado às mudanças tecnológicas surgidas com a internet. Quando o rádio se apropria destes elementos da comunicação mediada pelo computador, as suas características mudam, se adequando à nova linguagem.

A fim de se alinhar ao uso de celulares por parte da audiência, a Rádio Independente investiu em um novo *site* para se adaptar ao formato responsivo. *Site* ou *layout* responsivo, ou também conhecido como *site* flexível, é quando a página da internet automaticamente se encaixa no dispositivo do usuário: *desktop*, celular ou *tablet*. Um *site* responsivo muda a aparência e disposição com base no tamanho da tela em que a página é exibida. Então, se o usuário tem uma tela pequena, os elementos se reorganizam para lhe mostrar as informações principais por primeiro.

Quando não é responsivo, a navegação em *smartphones* e experiência do usuário fica difícil e limitada, tendo que usar recursos de *zoom* para ler a página na íntegra. Outros detalhes como botões e menus ficam desformatados, pois não foram feitos para esse dispositivo ou resolução. Além de acessar a emissora no *site* adaptado ao celular, o ouvinte pode realizar o *download* do aplicativo, que contém as informações do *site*, como também a opção de ouvir a programação.

Sander (11 maio 2008) credita a melhoria de qualidade da internet à responsabilidade por este cenário de ampliação de tecnologias. No entanto, enaltece que a emissora tem fundamental participação em sua própria evolução digital. “*Nós somos rádio e nós temos hoje um portal que é o mais acessado do Vale do Taquari, porque o Grupo Independente, através de nossa direção, soube ver a importância, e que as coisas estão mudando.*”

A potencialização do consumo das informações da Rádio Independente, gerada pelas suas plataformas digitais por meio das tecnologias em expansão, impactam também no contato do ouvinte com a emissora. Como já relatado, é possível comentar nas informações compartilhadas nas redes sociais, como também no próprio *site*. Quanto maior o engajamento das matérias, maior a chance dos ouvintes comentarem, mas para registrar a participação na programação do rádio

hertziano o contato deve ser feito via transmissão ao vivo no *Facebook*, *WhatsApp* ou *SMS - Short Message Service*.

Seguindo a tendência registrada neste veículo de comunicação, o *Facebook* novamente se destaca na análise realizada na manhã do dia 10 de maio de 2018. Foram 63 comentários na rede social em questão, contra 46 no *WhatsApp* e apenas 6 via *SMS*. A tecnologia mais tradicional está ficando em desuso. *“Tem muita gente que manda torpedo também, mas o Whats é em maior número, e acho que cada vez mais vai ser isso. Isto se vê nas famílias. As pessoas mais velhas, avós que tinham dificuldades começam já a se comunicar por ali”* (SANDER, 11 maio 2018)

Para Quadros e Lopez (2013), a interatividade molda-se a esta nova realidade, amplificando, por meio das tecnologias digitais, as maneiras de interação entre audiência e emissora. Já em 2000, quando era lançada a primeira radioweb do Brasil, a *Radioficina online*, observava-se, de acordo com César (2005), uma priorização do conteúdo multimídia e a interatividade entre ouvinte e apresentador. O interessante é que na época utilizava-se de forma teste um sistema semelhante ao das *lives* contemporâneas. O ouvinte via o locutor por meio de uma *webcam* posicionada dentro do estúdio, com a possibilidade de participar durante 24 horas, via *email*, ou entrar na sala de bate-papo da rádio. Para César (2005), a receita da audiência estava na interatividade. O cenário daquela época projetava o que aconteceria na segunda década do século XX.

Cebrián Herreros (apud QUADROS; LOPEZ, 2013) destaca o cenário da convergência como responsável por impulsionar o rádio para uma maior interatividade com os ouvintes, promovendo uma mudança no modelo radiofônico.

Conte (11 maio 2018) vê o *WhatsApp* como plataforma que pode causar concorrência ao rádio hertziano devido às informações instantâneas circulantes na rede, mas pode, também, ser ferramenta para trazer ouvintes à programação. Em sentido figurado, o radialista supõe um acontecimento noticioso. *“[...] eu recebo a informação do acidente, uma foto e eu não tenho mais detalhes. Aí, ou eu vou pra uma rede social tentar saber o que está aconteceu no acidente, ou eu vou pro rádio pra saber o que de fato aconteceu. Então as vezes isso também pode colaborar*

*para que a emissora, se ela souber aproveitar bem isso, possa trazer mais ouvintes pra si através da informação.”*

Horn (17 maio 2018) acredita que o público pode agendar o jornalismo da rádio se determinado tema ganhar repercussão nas redes sociais, porque elas funcionariam como um termômetro dos assunto em discussão. O mesmo acontece com as informações enviadas à emissora referentes, por exemplo, a um acidente como mencionado acima. No entanto, enfatiza: “[...] *quem decide o que vai pro ar e o que não vai pro ar, nos casos dessas contribuições de ouvintes, é a emissora.*”

Tendo em vista a potencialização da difusão do conteúdo gerado pela Rádio Independente na rede, observa-se que o alcance na internet parece, em determinados conteúdos, ser maior que no próprio rádio hertziano. Apesar desta dependência da rede, a emissora não é refém do conteúdo viralizado na internet. A estratégia adotada é o aproveitamento das informações quando lhe é conveniente para enriquecer a discussão na comunidade e promover o consumo do seu produto: a notícia.

### **5.3 Ciclos produtivos radiofônicos reconfigurados a partir da internet**

Apresentado como ocorre o processo de produção, transmissão e potencialização do que foi transmitido, descreve-se aqui o funcionamento do ciclo produtivo ao que diz respeito à construção e disseminação de notícias.

**Figura 12 - Esquema ilustra o ciclo produtivo da Rádio Independente**



Fonte: adaptação do autor (2018)

Para melhor compreensão, foi montado um esquema ilustrativo a fim de trazer maior lucidez à visualização deste ciclo que perpassa todo processo produtivo da emissora.

A figura 12 mostra que a circulação de materiais noticiosos na rede é apropriada pela Rádio Independente para abastecer a produção de notícias e transmiti-las em suas ondas sonoras. Seja por leitura do apresentador de matérias de portais, ou como forma de apoio da internet para produzir conteúdo jornalístico. A Rádio Independente, por sua vez, reprojeta a sua produção radiofônica de forma reconfigurada para o ambiente virtual em seu *site* próprio. Para dar maior alcance às matérias postadas em sua plataforma digital, o conteúdo é compartilhado em suas redes sociais.

A rádio tem, assim, uma extensão da sua produção de conteúdo em outros dois canais que extrapolam o seu lugar “clássico” de veiculação de notícias. O que se percebe nesse desdobramento da rádio é que o compartilhamento na rede social, predominantemente na página do *Facebook*, conduz o internauta para o *site*, que centraliza e memoriza grande parte do conteúdo radiofônico. Ao utilizar a plataforma



de interação social, os acessos às matérias jornalísticas são impulsionados de forma a atingir repercussão possivelmente maior que no próprio rádio hertziano.

Outra dinâmica identificada neste ciclo é a veiculação instantânea do áudio da Rádio Independente para dispositivos com acesso à internet por meio do seu *site*, aplicativo e *Facebook Live* - este último com imagens do estúdio. A transmissão via *Facebook* ainda disponibiliza os recursos de comentários, compartilhamentos e curtidas, além de guardar memória, ficando permanentemente disponível.

O processo apresentado ressignifica o modo como se produz conteúdo radiofônico hoje, devido à forma como este novo produto é consumido. À medida em que a informação disponibilizada em rede guarda memória, torna o conteúdo produzido pela rádio passível de ser revisitado a qualquer momento, fenômeno inconcebível antes do surgimento da internet.

Não há mais a necessidade de se ouvir o rádio em um momento específico. O veículo ganha um arquivo digital permanentemente acessível e sua lógica produtiva passa a contemplar, para além da produção de ondas sonoras, aspectos que caracterizam e compõem o jornalismo multimídia. Desta maneira, a Rádio Independente passa a estar disponível para outros meios de comunicação buscarem informações. É o que ocorre no Vale do Taquari, onde a emissora é a referência em radiojornalismo.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo geral analisar a reconfiguração do ciclo produtivo do rádio com a emergência e penetrabilidade da internet nas redações. Tomando a Rádio Independente de Lajeado para o estudo de caso, realizou-se uma pesquisa quanti-qualitativa a fim de coletar informações sobre o funcionamento de uma nova dinâmica de trabalho que marca o funcionamento do radiojornalismo, e coletar números referentes à produção de conteúdo e seus resultados.

Para viabilizar o trabalho foi necessário também empregar a sistemática exploratória e descritiva, além de coletar material a partir da pesquisa bibliográfica e de análise documental. A partir destas ordenações, foi possível verificar a operação da redoma midiática da emissora que tem na internet uma extensão e fonte de informações.

A pesquisa revelou drásticas mudanças na forma de produzir conteúdo. Ao servir de meio técnico para acesso a fontes de informação, a internet criou na Rádio Independente um novo ambiente organizativo em torno de suas rotinas produtivas. Os radiojornalistas necessitaram se adaptar para suprir as novas demandas do mercado. O repórter de rádio é agora fotógrafo, cinegrafista e redator, ou seja, atua literalmente como um jornalista multimídia. Aliado a estas funções, verifica-se a necessidade de saber utilizar as plataformas digitais para dinamizar a disseminação do conteúdo. Frente a isto, verifica-se a possibilidade de profissionais não adaptados a esta demanda de mercado perderem espaço em redações a partir das quais os ambientes online e off-line encontram-se cada vez mais imbricados.

O trabalho de pesquisa revelou uma grande quantidade de materiais informativos oriundos da internet na produção de conteúdo. Neste sentido, a leitura de informações por apresentadores de programas se dá, em grande parte, também, na rede. Concluiu-se que quase metade das matérias espelhadas da programação do rádio ao *site* da emissora utilizaram fontes oriundas da internet, especialmente G1, Folha de São Paulo, Estadão e GaúchaZH. No que tange a parcela de produção própria destes materiais, averiguou-se novamente uma influência da rede devido às informações chegarem, inúmeras vezes, por meio de *email* de assessorias de imprensa, grupos de *WhatsApp*, entre outras fontes relacionadas ao mundo virtual.

A partir disto, concluiu-se, nas informações apuradas e transmitidas pela rádio, que quanto maior for o distanciamento geográfico da informação, maior também é a possibilidade do conteúdo emitido ter sua origem na Rede Mundial de Computadores. Ainda por este ângulo, foi examinada uma subjetiva acomodação do jornalista ao estar vinculado a facilidades de comunicação sem o deslocamento à rua.

Em seguida, o conceito de rádio expandido foi ilustrado relacionando-o às plataformas digitais da Rádio Independente, já que agora a emissora tem uma extensão em canais como seu *site*, aplicativo e redes sociais, ou seja, a rádio se expande para além do próprio rádio. A convergência do rádio eminentemente sonoro para conteúdo multimídia foi relacionada à produção e disseminação de matérias postadas pelo veículo de comunicação do Vale do Taquari.

Foi ilustrado no trabalho o impacto que a rede social pode causar em uma repartição pública devido aos comentários dos usuários, o que remete à potencialização da interatividade gerada por estas plataformas digitais. Por esse ângulo, percebeu-se o *Facebook* como grande destaque. Na Rádio Independente, esta mídia social é responsável por mais da metade dos acessos ao *site* e é o meio pelo qual as pessoas mais participam da programação do rádio hertziano.

Suspeita-se, ainda, que a rede social em questão seja a responsável por elevar o número de acessos via *smartphones* ao *site*, que chegou a mais de 80% no dia da realização da análise. Com isso, contextualiza-se a necessidade de veículos

de comunicação possuírem *sites* responsivos - que se adaptem à tela de celulares e *tablets*.

Um dos resultados cruciais desta pesquisa é a potencialização das informações disseminadas na rede. Conforme analisado, o alcance na internet parece, em determinados conteúdos, ser maior que no próprio rádio hertziano. No entanto, não há como mensurar isto de forma quantitativa, porque o presente trabalho não teve acesso a dados da audiência do rádio tradicional.

Contudo, o veículo se mostra dependente da rede para produzir e difundir informações. Ainda assim, a emissora não é refém do conteúdo viralizado na internet. A estratégia adotada é o aproveitamento das informações quando lhe é conveniente para enriquecer a discussão na comunidade e promover o consumo do seu produto: a notícia.

Por fim, este trabalho procurou explicar a dinâmica envolvendo este ciclo produtivo emergente e reconfigurado a partir da internet, elucidando como o mesmo ocorre a partir do abastecimento da Rádio Independente por meio de portais de conteúdo. A emissora, inscrita em uma redoma digital, reverbera o conteúdo ressignificado de volta à internet por meio de suas multiplataformas, alimentando a rede onde ela própria se alimenta. A cada nova jornada de trabalho o ciclo se repete, deixando todo o conteúdo na memória infundável da internet onde outros meios de comunicação se apropriam da informação.

Frente a este constante cenário de mudanças tecnológicas, o presente estudo buscou contribuir ao debate que procura elucidar as características do rádio contemporâneo a partir da análise de uma rádio local.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELING, Fernanda. As 10 maiores redes sociais - Atualizado. **Oficina da Net**. 2018. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/16064-quais-sao-as-dez-maiores-redes-sociais>. Acessado em: 05 jun. 2018.

BENIGNO NETO, Edmundo Mendes. **Por uma história do jornalismo digital:** algumas considerações. 2008. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Por%20uma%20historia%20do%20jornalismo%20digital.pdf>>. Acessado em: 15 mar. 2018.

BIANCO, Nélia R. Del. Rádio e o cenário da convergência tecnológica. In: \_\_\_\_\_(org). O Rádio Brasileiro na Era da Convergência. São Paulo: **Intercom**, 2012. 97\_\_\_\_\_. A Internet como fator de mudança no jornalismo. Biblioteca online de ciências da comunicação, 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-nternet-mudanca-jornalismo.pdf>>. Acessado em: 17 mar. 2018.

ECKERT, Cornelia e ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. **Etnografia:** Saberes e práticas. Porto Alegre: Editora da Ufrgs, 2008.

FERRARETO, Luis Artur. **Rádio:** o veículo, a História e a Técnica. 2. ed. Porto Alegre: Sagra Luzatto, 2001.

\_\_\_\_\_. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. **Intercom**, 2007. Disponível em:

<[https://www.ufrgs.br/estudioderadio/wp-admin/textos/convergencia\\_tecnologica\\_ferrareto.pdf](https://www.ufrgs.br/estudioderadio/wp-admin/textos/convergencia_tecnologica_ferrareto.pdf)>. Acessado em: 07 mai. 2018.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2010.

GASKELL, George. In: GASKELL, George; BAUER, Martin W. Entrevista Individuais e Grupais. **Pesquisa Qualitativa com texto, Imagem e Som**: Um Manual Prático. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2008.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.

GOMES, Lopes Adriano; SANTOS, Emanuel Leonardo. **O radiojornalismo em tempos de internet**. 2017. Disponível em: <<http://repositorio.ufrn.br:8080/jspui/bitstream/123456789/22872/3/O%20radiojornalismo%20em%20tempos%20de%20internet.pdf>>. Acessado em: 22 mar. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. 2016. Disponível em: [https://books.google.com.br/books/about/R%C3%A1dio\\_e\\_M%C3%ADdias\\_Sociais\\_Media%C3%A7%C3%B5es\\_e\\_I.html?id=Pf5BDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books/about/R%C3%A1dio_e_M%C3%ADdias_Sociais_Media%C3%A7%C3%B5es_e_I.html?id=Pf5BDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false). Acessado em: 17 mai. 2018.

KOCHHANN, Roscéli; FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina. **Rádio**: convergência tecnológica e a evolução dos dispositivos. 2011. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Radio%20convergencia%20tecnologica%20e%20evolucao%20dos%20dispositivos.pdf>>. Acessado em: 20 mar. 2018.

KROTH, Marcos Elias. Radiomorfose: as mutações das rotinas produtivas das rádios TSF e Renascença, de Lisboa, PT. **Estudos em Jornalismo e mídia**, 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n1p19/32819>>. Acessado em: 15 mar. 2018.

LOPEZ, Debora Cristina. **O fazer jornalístico no rádio all news brasileiro**: um estudo sobre o processo de convergência nas redações da CBN e da BandNews FM. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu21\\_3.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu21_3.pdf)> Acessado em: 17 mar. 2018.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf>> Acessado em: 02 jul. 2015.

MORAES, Roque. **Mergulhos Discursivos**: Análise textual qualitativa entendida como processo integrado de aprender, comunicar e interferir em discursos. (mimeo) 2005.

MOREIRA, Sonia Virgínia. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2000.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. O Radiojornalismo no Brasil: fragmentos de história. **Revista USP**, São Paulo, n.56, 2003.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o Lugar da Memória. In: MACHADO, Elias & PALACIOS, Marcos (Orgs), **Modelos do Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003.

QUADROS, Mirian Redin; LOPEZ, Debora Cristina. A interatividade no rádio hipermidiático e expandido: uma proposta de classificação. **Intercom**, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1065-1.pdf>>. Acessado em: 09 mai. 2018.

RECUERO, Raquel. A rede é a mensagem: efeitos da difusão de informações nos sites de rede social. In: VIZER, Eduardo (Org.). Lo que McLuhan no predijó. Buenos Aires, **La Crujía**, 2012. v. 1, p. 205-223. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf>>. Acessado em: 26 abr. 2018.

RICHARDSON, Robert Jarry et al. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANT'ANA, Vinícius Pickler; FARIAS, Karina. **Podcast: a definição das comunidades virtuais e a segmentação de público**. 2016. Disponível em: <[http://site.satc.edu.br/admin/arquivos/30070/Vinicius\\_Pickler.pdf](http://site.satc.edu.br/admin/arquivos/30070/Vinicius_Pickler.pdf)>. Acessado em: 24 mar. 2018.

SANTOS, Cristiano Vargas dos; BEHS, Micael Vier. **A apropriação do Whatsapp Messenger pelo Jornal Extra, Rádio Gaúcha e TV Record RS e o estreitamento do diálogo com a fonte**. 2016. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-0125-1.pdf>>. Acessado em: 12 abr. 2018.

SCHIERHOLT, José Alfredo. **Rádio Independente – 60 anos no ar**. Lajeado: Evangraf, 2011.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/18003>>. Acessado em: 24 abr. 2018.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.

VERGARA, S. C. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.



## REFERÊNCIAS DOS ÁUDIOS

CONTE, Fabiano. **Entrevista com o apresentador do programa Panorama e coordenador do departamento de Websites da Rádio Independente**. 11 mai. 2018. Entrevista concedida a Rodrigo Gallas. Disponível em: <[https://drive.google.com/open?id=1\\_xNdtI5x0-WXFwtIijLws4GoyrapIk5](https://drive.google.com/open?id=1_xNdtI5x0-WXFwtIijLws4GoyrapIk5)>.

HORN, Nicolás. **Entrevista com o Gestor do departamento de Websites da Rádio Independente e apresentador do programa Acorda Rio Grande**. 17 mai. 2018. Entrevista concedida a Rodrigo Gallas. Disponível em: <<https://drive.google.com/open?id=1FI5d4KLX8jSmV-IMAt-iVVxkbgObaedB>>

SANDER, Ricardo. **Coordenador do departamento de Jornalismo, apresentador do programa Rádio Repórter e locutor da equipe de esportes do Grupo Independente**. 11 mai. 2018. Entrevista concedida a Rodrigo Gallas. Disponível em: <<https://drive.google.com/open?id=1r05a3dYDeBKHX2rjTLFH6mIGcZ7RvfGR>>.

## **ANEXOS**

**Anexo A - Transcrição da entrevista com o coordenador do departamento de Websites e apresentador do programa Panorama da Rádio Independente. Ele atua na emissora há 25 anos.**

Com duração de 17 minutos, a conversa foi realizada na sala de reuniões do Grupo Independente na tarde do dia 11 de maio.

**Rodrigo** - Meu trabalho é sobre o ciclo produtivo do rádio com a emergência da internet. Eu identifiquei aqui na rádio, por exemplo, que tem muitas notícias buscadas na internet que o apresentador lê ou usa como busca de fonte. Essa informação vai pro rádio, vai pro site, redes sociais, onde depois o público consome e volta para o site que centraliza as informações. Apesar de o rádio ser o veículo principal neste processo, ele acaba de alguma forma sendo secundário porque o site centraliza todas as informações, ele guarda memória. Dentro disto eu analiso esse processo de expansividade do rádio, porque agora o rádio não é mais o rádio em si, o aparelho. Ele é também o celular, está em todos os lugares. E o processo de convergência onde o rádio não é mais um produto eminentemente sonoro. Ele se transforma em texto, imagens, vídeos.

Dentro disto falo contigo pra saber como surgiu o site da rádio Independente. Foi por volta dos anos 2000, é isso?

**Fabiano** - Foi. É nesse período aí. Na verdade eu não sei de que período ela é. Se é de antes, mas começou a vir com força. Então surgia a necessidade de termos alguma coisa em termos de internet. Na época eu fazia parte do jornalismo da redação e na verdade foi um colega que trabalhava conosco, o Adairan. Ele que trabalhava nesta área mais de tecnologia. Ele que implantou a internet para nós aqui. Ele cuidava desta questão de sistemas. Ele faz o que o Elton fazia... Não, perdão! O que o Elton faz hoje (coordenador técnico) ele fazia na época, só pra ter uma ideia. E ele começou a dizer, olha a rádio tem que ir pra internet. Tem que ter um site e tal. Então partiu de nós esta ideia de levar para a direção na época e dizer ó, temos que ter um site. E a partir dali a gente passou a desenvolver esta ideia. Não vou lembrar quem criou este primeiro site pra nós, mas enfim, ele era muito prático. Tínhamos a possibilidade de colocar, senão me engano, três ou quatro notícias por

dia, que a gente atualizava. No início praticamente era só texto, não tinha foto, vídeo nem pensar. Foi uma época que pra ter uma ideia a gente ainda usava máquina de escrever na redação. São 18 anos que se passaram, mas ainda tinha. Essa foi a ideia inicial, porque já se tinha acesso a outros sites e nós não tínhamos. Foi basicamente isso.

**Rodrigo** - E o domínio era o mesmo de hoje. O [www.independente.com.br](http://www.independente.com.br)?

**Fabiano** - Era o mesmo. Já começou com este.

**Rodrigo** - Agora te faço perguntas referentes a atualidade. Então quais as principais alterações que tu percebe no processo de produção da emissora a partir da inserção e potencialização de tecnologias?

**Fabiano** - Como eu te disse, sou de uma época em que usávamos máquina de escrever. Não tínhamos celular pra poder fazer matéria de rua, então nem pensar no *WhatsApp*. As coberturas eram muito... dependíamos de uma Unidade Móvel. Tínhamos um carro com um sistema de XP que é aquela Unidade Móvel que transmitia. Dependia o local não pegava e não tínhamos evidentemente acesso a tecnologia em termos de informação. Hoje qualquer informação que esteja acontecendo em Porto Alegre, Brasília Nova York, Paris, na Arabia no Japão, enfim. Nós temos acesso imediato, né. Na época não tinha. Na verdade a gente era uma rádio muito local, muito provinciana. Hoje a gente não deixa de ser uma rádio local, mas a gente ampliou o leque de informações. Na época a gente era muito provinciano, que é (abordar muitas) notícias locais, notícias nossas aqui. Pra nós termos acesso era via rádio escuta. Ficava um rádio ligado na Gaúcha, Guaíba direto para poder ter acesso às informações. Evidentemente que isso hoje facilitou muito a vida. Hoje se tu quiser fazer um programa de uma hora na rádio, sem ninguém nas ruas, tu faz, tu faz! Inclusive tínhamos dificuldade de colocar as ligações no ar, a ligação caia. Não tinha celular. Isso remonta há 15, 20 anos atrás. Aí tinha que falar com um prefeito: encontrava ele na prefeitura ou não conseguia, porque não tinha celular. Então hoje em termos de tecnologia melhorou bastante.

**Rodrigo** - Então tu coloca o celular como a principal tecnologia?

**Fabiano** - Eu penso que pro rádio. Evidentemente que o computador, evidentemente o acesso à internet... Mas hoje em termos de mecanismo de facilidade, o celular por mais que hoje a gente não use ele pra falar, muito mais para contato de mensagem, enfim redes sociais. Mas pra nós foi um acréscimo fundamental na agilidade na prestação da informação para com o ouvinte.

**Rodrigo** - Até que ponto a internet afeta o trabalho do profissional da emissora? Pode haver alguma morosidade? Talvez atrapalhar, o jornalista ficar um meio acomodado, isso existe aqui?

**Fabiano** - Vou te dizer o seguinte ó. Em tempos passados não era muito diferente. O que acontecia muito, e não é aqui uma posição muito local nossa, mas isso é de resto, conhecendo como era a sistemática de outras rádio e jornais, mas principalmente emissora de rádios. O que se fazia... como a gente não tinha muito acesso a informação que vinha instantânea, a gente se valia muito do jornal. Então o jornal do dia virava nossa fonte de informação. Então assim, a gente tinha que produzir um correspondente. Boa parte das notícias que tinha no correspondente é do que tinha no jornal. A internet facilitou porque hoje tu não depende do jornal que foi editado na noite anterior, no dia anterior, pra fazer as notícias, por mais que a gente utilize o jornal como fonte de algumas coisas. Tu tem na internet, no computador, notícias mais instantâneas, momentâneas. Nesse aspecto, eu te diria que a dependência da informação, especialmente como uma rádio que precisa de notícias de fora, que não pode só viver com notícias provincianas, é uma dependência necessária. Eu julgo por aí. Hoje nós não temos como produzir uma notícia de Porto Alegre e de Brasília, porque não temos ninguém lá. Se tivéssemos seria muito mais fácil. Então a gente depende da alimentação deste pessoal de sites, enfim, para ter acesso a estas notícias. Tu entendeu a concepção. Antigamente a gente dependia de jornais hoje a gente depende da internet. Esta dependência acredito que é necessária. Tu vai me perguntar assim se isso torna o jornalista ou repórter um tanto preguiçoso, eu até nem diria isso, mas talvez com falta de criatividade. Depende de cada um, de pegar uma notícia pronta e você

simplesmente utilizar aquela ou você transformá-la em uma linguagem local. Se o profissional conseguir fazer isso, acredito que ele busca a informação e torna a notícia sua, com base em informação dos outros, mas não sei se isso tem acontecido, pela praticidade e acúmulo de função é muito mais fácil só pegar a notícia. Coloca ela em um tamanho razoável e acaba utilizando isso aí. Com isso não estou dizendo que o jornalista é preguiçoso, é uma dependência, hoje, necessária. Se ela é salutar não sei. Fico em dúvida em relação a isso.

**Rodrigo** - E de que forma acontece a seleção do material na internet. É por sites padrões de busca, ou existe algum outro mecanismo que tu tem utilizado?

**Fabiano** - Como todo âncora de programa a gente fica sempre muito na dúvida que tipo de notícias possa interessar ao ouvinte. O principal cuidado que a gente tem que ter é que não fazemos rádio pra gente. Seria a mesma coisa em uma rádio musical tu tocar uma música que tu gosta, mas aquela música não é de agrado do público em geral. Com a notícia é a mesma coisa. Ah, mas notícia é notícia agradando ou não, mas tu acaba selecionando um certo estilo de notícias para um público que tu considera que é o teu principal. Então quanto a isso eu tomo muito cuidado. Eu nunca vou transmitir uma notícia de fofoca. Que que é fofoca? Big Brother. Eu nunca vou dar uma notícia destas para o meu público, porque eu entendo que não é uma notícia necessária. Penso que notícias que envolvem tempo, polícia, economia, que envolvem o bolso do consumidor sempre são notícias que acabam despertando interesse. Eu criei uma característica especialmente no Panorama, que eu tenho notícias de política, economia, notícias que são locais, o que depende muito também da nossa equipe de jornalismo. Eu também tomo muito cuidado para que não seja aquelas notícias repetidas. A gente tem uma sequência de programação, por mais que o rádio seja repetido, sempre tomo cuidado. Se essa notícia já foi explorada de manhã, bem explorada, então talvez pro meu público não há a necessidade de eu repetir. Ou se eu repito é muito rápida a notícia. Mas a gente tem sempre dúvidas sobre que tipo de notícia pode agradar o meu público, ou pelo menos ser comprada pelo público. Mas eu me faço valer muito de portais nossos aqui: Clic, Correio do Povo, Uol, G1, basicamente estes que eu utilizo.

**Rodrigo** - Qual a importância das redes sociais no processo de produção e disseminação? Tu acha que as redes sociais acabam pautando o rádio por uma notícia ter sido mais relevante, até no próprio compartilhamento da emissora. A notícia que teve muita repercussão pode acabar voltando (para a pauta do rádio sonoro).

**Fabiano** - Na verdade a interação com o rádio sempre ocorreu. Antigamente era a carta que se mandava para o rádio, pra emissora, demorava dias pra chegar. Aí quando a pessoa lia a carta, respondia e demorava mais dias. Era um processo que era assim antigamente. Depois passou para o processo do telefone, do telefone evoluímos para o torpedo, tivemos uma fase de e-mail que acredito que não foi tão importante assim, não tínhamos muito. Até a chegada das mensagens que são via *WhatsApp* hoje, mas muito pelas redes sociais. Então é a forma de interagir hoje que existe. As pessoas estão hoje muito mais independentes, que eu falo assim: antigamente tinha um buraco na rua. Eu vou ligar pra rádio que ela vai resolver. Hoje primeiro a pessoa posta no seu *Facebook*, na sua rede social, que tem um problema na rua. Se não der resultado ela acaba ligando pra rádio. Tô dando um exemplo bem simples pra te responder que sim. É hoje fonte de informação sim. No sentido de que muita coisa que vai pra rede social acaba sendo pauta pra nós. Já tivemos pautas de denúncias que foram feitas por questões de atendimento na área da saúde, falta de questões referentes à educação, por isso, por aquilo, e que foram para as redes sociais e que viraram pauta para nós depois. Claro que tem muita coisa que é pauta no rádio e vai para as redes sociais e repercute, e às vezes ganha uma conotação diferente e volta a ser pauta. Mas muita coisa que é pauta em redes sociais, acaba sendo pauta no rádio depois, muita coisa mesmo. Então, eu acho que o rádio tá sabendo aproveitar muito bem isso. Alguns podem encarar como concorrência. É uma forma de comunicação. Um acidente que dá aqui na BR agora, instantaneamente a gente recebe via *WhatsApp* a informação. Não deixa de ser uma concorrência. Uma forma de informação que a gente recebe. Então acaba sendo uma concorrência pro rádio, mas também pode ser algo que pode ajudar o rádio, porque eu recebo a informação do acidente, uma foto e eu não tenho mais detalhes. Aí, ou eu vou pra uma rede social, tentar saber o que está acontecendo no acidente, ou eu vou pro rádio pra saber o que de fato aconteceu. Então as vezes isso também

pode colaborar para que a emissora se ela souber aproveitar bem isso possa trazer mais ouvintes pra si através da informação. Então o seguinte, daquilo que tu me perguntou se a rede social é hoje uma forma de nos pautar: não tenho dúvidas que sim! Tu não pode descartar, tem que averiguar. Como eu te disse, hoje é muito fácil eu postar qualquer coisa, xingar todo mundo, denunciar todo mundo. Tem que averiguar. Tem que saber se efetivamente aquilo procede.

**Rodrigo** - Tem mais alguma coisa que tu queira falar, frente a isto tudo que já foi falado?

**Fabiano** - Ressaltar essa importância. Talvez tu tenha pego outros depoimentos de quem viveu a fase do rádio sem essa tecnologia e que vive hoje. Foi possível se adaptar, é possível se adaptar a gente tem que se modernizar sempre. Antigamente os processos de mudança era muito mais demorados, sem o uso da tecnologia. Você fazia algo. Fazer, fazer e fazer até que alguém diga que tem que mudar agora. Hoje tu não tem que esperar alguém dizer, tu tem que mudar, senão a coisa te atropela. Mas penso que é muito mais fácil hoje fazer rádio, fazer jornalismo. Nós podemos daqui agora ligar para alguém, marcar uma entrevista, colocar no ar e até gravar a entrevista aqui. Então é muito mais fácil. Antigamente era muito mais complicado, demorado. Desde transmissão externa, de colocar alguém pro ar. Hoje é muito mais fácil. E a tecnologia, o acesso a internet tudo isto facilitou muito a vida de todos.



**Anexo B - Transcrição da entrevista com o coordenador do Departamento de Jornalismo, apresentador do programa Rádio Repórter e locutor da equipe de esportes da Rádio Independente, Ricardo Sander. Ele atua na emissora há 11 anos.**

A conversa foi realizada na sala de reuniões do Grupo Independente na tarde do dia 11 de maio, e teve duração de 14 minutos e 50 segundos.

**Rodrigo** - Meu trabalho é sobre o ciclo produtivo do rádio onde eu identifiquei, o que acontece em muitas rádio e aqui também, que o jornalista acaba pegando materiais da internet pra fazer conteúdo ou até somente para ler a matéria no ar. Este conteúdo vai pro site também, antes ou depois. Do site vai pro *Facebook*, e lá é consumido pela audiência que acaba retornando pro site. Isto gera um ciclo que é contínuo. Dentro disto eu falo também sobre o rádio expandido: que ele acaba não sendo somente o aparelho rádio. Ele é também o celular, computador e *tablet*. E a convergência do áudio que vira texto e imagens. Neste sentido eu te pergunto, quais as principais alterações que tu vê no veículo rádio com a emergência das novas tecnologias da internet?

**Ricardo** - São muitas, porque quando eu comecei no rádio (há 11 anos), eu tive que trabalhar muitas vezes, por exemplo, em reportagens de campo com microfone com fio, que tu tinha que puxar da cabine lá pra baixo e ficar levando e cuidando onde aquele cabo ia. Não que hoje a gente não faça mais isso, mas é muito menos utilizado. Na zona mista da Arena e Beira Rio ainda se faz isso, mas hoje em dia tu tem que tem um microfone sem fio que, na época, era muito caro e hoje é mais barato. Começa por aí. Principalmente com a chegada da... A internet quando eu comecei já tinha, acho que a internet facilitou muito a vida de quem trabalha, mas se tu pega pessoas mais antigos, o próprio Fabiano deve ter passado por um momento em que não tinha nem computador. Pessoal vinha na máquina de escrever, mas eu já não peguei essa fase. Agora, o que mudou muito... acho que o *Facebook* pra quem sabe usar ele é bem interessante, a gente pega muita pauta ali, localmente aqui reclamações de grupos, de pessoas que vão postando coisas que normalmente a gente só ficaria sabendo se a pessoas ligasse pra nós. Além disso hoje tem o

*WhatsApp*, que é muito rico também. As pessoas nos mandam reclamações, mandam áudios, mandam fotos, a gente já fica sabendo mais rapidamente, quase que instantaneamente de um acidente ou de uma situação de um assalto ou de uma coisa que aconteceu. E nós temos a questão do live também, a live no *Facebook* acho legal as pessoas poderem estar vendo. Antigamente as pessoas imaginavam como era o apresentador, hoje quem quiser, especialmente eu falo da rádio Independente, hoje vai conseguir ver, vai conseguir ver quem está ali sendo entrevistado, os debatedores que estão ali. Então eu acho que tem muita coisa que mudou, e mudou pra melhor. Até o próprio *WhatsApp* nos permite hoje gravar alguma coisa com uma qualidade boa, muito melhor que uma transmissão ao vivo feita por celular, por exemplo, da rua, que tu manda e isso vai pro ar também. As pessoas muitas vezes nem sabe se isso é ao vivo ou gravado de acordo com a tecnologia que permite este tipo de condição. Acho que são essas as principais novidades dos últimos tempos. Tem o *Twitter* também, que vem de mais tempo que ajuda com a rapidez para as notícias chegarem. O Face, os sites que já existiam antes e especialmente a questão do *WhatsApp*.

**Rodrigo** - De que forma os profissionais, dentro de suas funções, fazem uso da internet?

**Ricardo** - O grupo como um todo?

**Rodrigo** - Focado no jornalismo.

**Ricardo** - A gente tem assim, o nosso grupo de *WhatsApp* pra começar, que é o grupo do Jornalismo, que a gente muitas vezes discute alguma pauta, alguém que fica sabendo de uma notícia já posta por ali pra gente tomar conhecimento. Muitas vezes quando se posta ali, a pessoa já tá sabendo, até já conversou, mas é importante que venha algum assunto que está em voga aqui na região, ou muitas vezes alguma comunicação interna, alguma mudança no sistema de gravação ou alguma escala de trabalho, muitas vezes se utiliza pelo *WhatsApp* e isso... não tem mais aquele negócio, mas eu não tava sabendo. Não. Se a pessoa colocar ali todo mundo vai ter o acesso vai tá sabendo. Em algum momento, mesmo que tu não acesse o *Whats* a todo momento. Nós temos muito também a questão da

reportagem utilizar *WhatsApp*, como eu falei antes, pra enviar algum áudio pra entrevistar uma pessoa e mandar pro *tablet* da rádio, onde na sequência vai pro ar. Também tem a questão de fotos se tu está num evento longe, e tu quer a questão de instantaneidade, tu tira a foto ou faz um vídeo (com celular) e passa para quem está no departamento da *Web* pra já ir postando no Face e site. Isto é outra coisa que agilizou muito o trabalho, antes tu precisaria esperar o repórter. Na verdade, quando eu comecei, o repórter nem tirava foto em rádio. Ia lá, falava com a pessoa, fazia a matéria, um textinho e nem ocupava muitas vezes aquele áudio da entrevista que a pessoa deu. Ela no caso falando. Só vinha e redigia um texto. A gente evoluiu muito hoje em dia. Aquele áudio que a pessoa deu na entrevista pro repórter, ou no ar, é utilizado para uma matéria pro mesmo dia ou pro dia seguinte, então tudo isto agiliza, questão de foto e vídeo também muitas vezes é utilizado. A gente passa até para vocês, muitas vezes estando numa sala ao lado da outra, manda a foto pelo *Whats*, para que o departamento já coloque na internet.

**Rodrigo** - Até que ponto a internet afeta o trabalho no jornalista? Também na questão se há uma certa acomodação pelas facilidades proporcionadas.

**Ricardo** - Eu acho que há. Eu acho que há um pouco de acomodação sim. Não digo que a gente depende totalmente exclusivamente da internet, mas a gente percebe que quando ficamos em uma condição sem enviar e-mail, ou sem condição de receber e-mail, ou os sites caem, estes tempos aconteceu um evento assim que deu lá em Porto Alegre, aqui na própria rádio nós tivemos. A gente viu que é uma dificuldade. A começar, sem internet tu não vai ter as notícias. A gente tem notícias de hora em hora, tem que ser atualizado. Se não tiver notícias tu vai ter que pegar alguma coisa do jornal ou alguma coisa que a gente tenha aqui no máximo uma notícia nossa que estamos produzindo aqui na última hora, mas as notícias de mundo, de Brasil e estado a gente vai ter comprometida. A questão de *Whats* quando está em algum lugar, mandar... A gente viu quando teve as decisões da justiça que bloquearam o *Whats* por algumas horas no Brasil, o que causou, o alvoroço que causou no Brasil. E pra quem depende, e faz comunicação como é o

nosso caso aqui, acho que é mais ainda. Então, claro que a gente tem que saber se virar, mas afeta e afeta bastante. Hoje em dia ela é crucial.

**Rodrigo** - De que forma acontece a seleção de materiais na internet em determinados quadros, ou até na leitura de notícias pelo apresentador para preencher tempo de programação. Há algum mecanismo de busca, ou há sites padrões pré-selecionados? Quais são estes sites?

**Ricardo** - Eu acho que cada comunicador tem os sites que são mais utilizados, que são os preferidos por ter alguma informação mais rápida, ou por ter o linguajar, ou por ter... dependendo tem pessoa que gosta mais de uma informação nacional, ou se tu quer uma regional, uma estadual tem sites diferentes. Eu, particularmente, gosto muito do G1. Do ClicRBS, da GaúchaZH e do Correio do Povo. São os três que eu mais acesso. Também gosto de usar UOL, alguma coisa... como a gente agora tem acesso a Estadão e Folha de São Paulo, mas eu utilizo menos. Eu sei que o Paulo Rogério, por exemplo, de manhã usa bastante, o Nícolas... eles de manhã usam bastante. São notícias mais de nível de Brasil, mas eu gosto muito de Correio do Povo e Clic, porque tem notícias que afetam mais diretamente o gaúcho, a gente está mais próximo desta notícia. Alguma coisa que aconteceu, por exemplo, em Caxias ou Bento Gonçalves, talvez os grandes portais do centro do país não vão trazer, enquanto que estes, ao mesmo, também trazem notícias de centro de país. A EBC é um site que eu uso bastante pro Correspondente. Que é uma agência de notícias, a EBC Serviços é uma fonte também que volta e meia a gente traz bastante informação. Acho que estes seriam os principais, sites que eu acabo utilizando. Acho que a redação como um todo, depende. Cada um tem o seu gosto, mas quem mais utiliza é a Camila. Eu sei que a Rosana gosta muito do O Sul. Acho que a Camila utiliza também mais esses que eu acabei comentando aqui. Cada vez tentando pegar Folha de São Paulo e Estadão, que talvez sejam os que a maior parte da população não acesse.

**Rodrigo** - Qual a importância das redes sociais, ao teu ver, pra rádio? Tu acha que ela pauta as informações que vão pro ar?

**Ricardo** - Acho que sim. Pauta... nem sempre. A gente tem que ter muito cuidado com a rede social, porque nem tudo que é colocado na rede social é verdade. A gente tem que ter... tem que desconfiar, analisar bem quem tá postando aquela informação, se é uma pessoa completamente contrária a um partido, administração ou se é totalmente favorável. Se há um político, senador, deputado, vereador. Sempre tem que ter este cuidado. Agora tem que fazer esta análise, tem que pesar, tem que olhar... mesmo que a pessoa seja contrária, o que ela tá dizendo aqui é grave, tem que verificar, ir no local pra ver, e buscar o outro lado também, buscar o contraponto pra ver o que diz a pessoa que está sendo afetada ou não. Mas hoje em dia a gente tem muito esta questão de lixo na rua, poste caído e que as pessoas postam no *Facebook* e algumas vezes mandam diretamente pra nós e vocês mesmos da *web* nos repassam alguma coisa pro departamento de jornalismo pra irmos atrás. Eu vejo o Face, como eu falei antes, pra quem sabe utilizar, se não vai ficar perdendo tempo, só falando com amigos, ou vendo bobagens ali assim, o que acaba acontecendo por que tu vai rolando e tu vai vendo alguma coisa, mas jornalisticamente falando acho que contribui. Tanto que nós temos algumas pessoas que internamente viam o Face e falavam mal de quem utilizava, e hoje em dia tem Face e volta e meia passam pautas do que vê no Face. Talvez uma ideia inicial hoje esteja um pouco desmistificada esteja diferente por conta de se ver a utilidade do *Facebook* para o nosso trabalho também.

**Rodrigo** - Então tu acha que as redes sociais potencializam a interatividade?

**Ricardo** - Com certeza. A rede social como um todo que tu tinha falado? Eu falei mais do Face.

**Rodrigo** - Sim

**Ricardo** - Com certeza! Com certeza! Muito. Potencializa muito. Não sei te dizer uma porcentagem assim, mas antigamente, e eu sou de um tempo que eu peguei bastante ligação, e ainda tem, por a gente ser uma rádio do interior ainda tem muita ligação. Tem muita gente que não sabe, não tem *WhatsApp*, não sabe mexer, não

sabe escrever, ou não tem mesmo. Mora no interior e acaba ligando. Ah, eu escutei alguma coisa... ou liga até de vez em quando... ah, eu queria saber o telefone de alguma coisa. Só entrar no Google, na internet e procurar, mas muitas vezes não tem acesso, ou tem dificuldade, enfim. Então tem gente que liga, mas diminuiu muito o número de pessoas que liga porque a maioria destas já tá conectada hoje em dia e já participa, especialmente, com o *WhatsApp* pra nos mandar uma pauta ou outro, tem pelo Face também, que acaba ajudando também, mas acho que o *WhatsApp*... E tem muita gente que manda torpedo também, mas o *Whats* é em maior número, e acho que cada vez mais vai ser isso. Isto se vê nas famílias. As pessoas mais velhas, avós que tinham dificuldades começam já a se comunicar por ali porque é uma coisa que... hoje em dia as pessoas quase não ligam mais. Todo mundo manda mensagem. Tu pode mandar um áudio, vídeo, uma foto. Tu pode fazer tudo. Tu não precisa praticamente gastar com isso e tu ganha com agilidade também. A pessoa; quando tiver um tempo vai lá, para, e dá uma olhada no celular. Ao menos que seja algo urgente que tu tenha que ficar ligando.

**Rodrigo** - Era mais ou menos isso. Tu tem mais alguma coisa que tu queira falar, relacionando a tudo isso que a gente falou aqui?

**Ricardo** - Acho que tu perguntou o essencial em relação a internet e a rede social. O mundo digital com o rádio, né? Não, talvez dizer que eu acho que a gente está num processo muito interessante, e é legal que a gente vai se adaptando. Eu to em um meio de geração. Acho que tu já é de uma geração mais nova, que meio que já nasceu com tudo isso junto. Eu algumas coisas já tinha. Na minha época a internet surgiu quando eu tava com 17, 18 anos, e tudo isso vai mudando um pouco, e tu vai se adaptando assim como os meus, por exemplo, que se foram adaptando também ao *WhatsApp*. E eu não sei o que vem por aí, mas com certeza vem mais mudança pela frente. A gente ouve falar de uma e outra coisa que vai poder acontecer. Uma coisa que há um tempo atrás se falava, a chamada com imagens era uma coisa que não era... se imaginava pra longe e hoje acontece com uma certa frequência. Claro que se precisa ter internet, mas acho que os planos de telefonia estão indo para este lado de consumo de internet e não de ligação de minutos, enfim, porque as pessoas,

como eu falei, quase não usam mais as ligações, ou quando vão ligar, vão falar via *WhatsApp*, via *Facebook*, ou alguma outra ferramenta, que vai depender da internet. Acho que a internet com uma melhor qualidade, cada vez mais se usa a internet, e a gente tá vendo isso. Nós somos rádio e nós temos hoje um portal que é o mais acessado do Vale do Taquari, porque o Grupo Independente, através de nossa direção, soube ver a importância, e que as coisas estão mudando. A gente tem que tá aberto a sempre estar mudando e fazer as coisas... Daqui a pouco o rádio ele vai ser cada vez menos como era quando nós éramos crianças, especialmente quando nossas gerações anteriores, nossos pais viram. Acho que tem muita coisa nova pra vir pela frente que eu acho que muitas vezes eu não sei nem dimensionar, mas acho que toda esta tecnologia que está vindo só vem a beneficiar. Seja o ouvinte, internauta e pra quem tá trabalhando com isso.

**Anexo C - Transcrição da entrevista com o gestor do Departamento de Websites, apresentador do programa Acorda Rio Grande e plantão esportivo da equipe de esportes da Rádio Independente, Nicolás Horn. Ele atua na emissora há 7 anos.**

A conversa foi realizada na sala de reuniões do Grupo Independente na tarde do dia 11 de maio, e teve duração de 14 minutos e 50 segundos.

**Rodrigo** - Meu trabalho é sobre o ciclo produtivo do rádio com a emergência da internet. A partir disso eu acabei identificando então que tem muitas notícias que vão pro ar que surgem da internet. São pegas pelo apresentador ou algum outro profissional da rádio, jornalista, pra fazer a produção do conteúdo. Vai pro ar. Depois este material acaba indo pro site, não é sempre, mas acontece muitas vezes. É compartilhado nas redes sociais onde o público acaba acessando o site. Esse público acessa o site que centraliza a maior parte das informações que foram pro ar no rádio, ele acaba sendo uma plataforma centralizadora do conteúdo. A partir disso, também, eu abordo o rádio expandido, porque agora o rádio não é só aquele aparelho. Ele é o celular, o notebook. E também a convergência que une vários tipos de mídia na internet. A partir disso pergunto quais as principais alterações que tu percebe no processo de produção e disseminação de conteúdos aqui na emissora?

**Nicolás** - Tu diz em relação como era antes da internet e agora, ou dentro deste processo mais recente?

**Rodrigo** - Dentro deste processo mais recente que tu está inserido.

**Nicolás** - Dentro deste processo mais recente cada vez mais a internet passa a pautar o jornalismo. Cada vez mais assuntos discutidos em rede sociais, comentários de ouvintes criticando ou elogiando acabam reverberando determinados temas, acabam tomando cada vez mais força. Inicialmente a gente até acompanha no site um número muito grande de acessos, no site da rádio onde ... Então, só não no site como também nas redes sociais, quando a gente começou lá em 2014, por aí, que foi quando eu cheguei, com um número x de seguidores. Um número na casa de menos de 20 mil seguidores certamente, e hoje a gente já está com mais de 60 mil, sendo o grupo de comunicação do Vales do Taquari e Rio



Pardo com maior audiência, aqui na nossa região com mais curtidas (*Facebook*). Então a gente percebe um grande aumento na relação das pessoas com a rádio a partir das redes sociais tendo em vista que as pessoas agora além de poderem ouvir a rádio através do site, lê as notícias que são veiculadas no rádio, porque o rádio tem entre suas características a questão envolvendo a instantaneidade. No momento que a notícia é veiculada tu não tem como ouvir novamente a menos que ela volte a agenda do rádio. E na internet isto não acontece porque ela fica então armazenada no site. Então se a pessoa daqui a pouco perdeu alguma notícia ou quer ouvir de novo, ela pode ir pro site para buscar mais informações, inclusive em alguns casos ouvir novamente as entrevistas e reportagens. E no caso das redes sociais, a rádio passa também a ser, dentro disto que tu comenta do rádio expandido ela passa a não ser mais só rádio, mas ser uma plataforma de mídia que consegue unificar a todas as mídias porque internet proporciona isso, tu consegue colocar texto, vídeo, áudio. E no nosso caso em específico, há uns dois anos mais ou menos, desde o processo eleitoral de 2014 que a gente começou com mais força com as... Mentira. Desde o processo eleitoral de 2016 que a gente passou a utilizar as lives do *Facebook*, que são transmissões ao vivo da programação do rádio, com imagens, na internet pro *Facebook*. Outra coisa que importante é que cada vez mais a gente tem produzido conteúdos exclusivos para internet, seja vídeos, fotos .... Coisas que antes da internet não iriam chegar ao nosso público, mas agora com a internet ela possibilita que a gente consiga além de relatar o acidente no ar colocar fotos e vídeos para este público de rede social. Uma coisa que é interessante também, ainda pensando nestas mudanças é o contraste bem forte no perfil de audiência que a gente tem no rádio com o da internet. A gente que fala que no rádio a gente tem, principalmente no rádio do segmento do radiojornalismo, e isto não é uma realidade só nossa, mas emissoras de rádio, maiores também aqui no estado e no Brasil tem esse dado que é ouvintes com mais de 35 anos, que escutam notícias na internet. Já na internet, o público, a maioria dele é inversa. Ele é menor que 35 anos, diria até que é nas faixa dos 20 aos 34, por aí é a faixa de maior audiência na internet, então chama bastante atenção estes contrastes que a gente consegue a partir da internet ampliar o nosso público, a gente consegue atingir mais pessoas, e cada vez mais as pessoas mais velhas também acabam entrando neste segmento,

interagindo desta forma, assim como também com relação às redes sociais. Acho que seria isso, basicamente, as principais mudanças que eu percebi nesse tempo.

**Rodrigo** - E levando em conta o trabalho que tu fez na rádio gaúcha, tu percebe muitas diferenças na inserção de novas tecnologias?

**Nícolas** - Tem diferenças nas questões de estrutura, afinal de contas a Rádio Gaúcha possui uma estrutura maior, uma equipe maior. Mas no sentido de produzir conteúdo pra internet, obviamente, que com uma estrutura maior se consegue produzir mais, e o que me chamou mais atenção de contraste em relação a nós, é que eles têm uma cultura introduzida no ambiente deles, e isso não é algo que alguém me disse, mas é algo que só percebe estando lá, que é tão importante quanto produzir pro rádio é produzir para a internet. Chega a ser curioso, é automático, eles não tem que se lembrar que tem que produzir para a internet também, faz parte da rotina deles, aquilo já está incorporado, eu vejo também, principalmente talvez porque tenham profissionais bastante jovens trabalhando, e aqui na emissora a gente tem um pessoal da velha guarda digamos assim, pessoal mais antigo, e aí acaba contrastando algumas coisas, mas aqui a gente também tem feito bastante coisa pra internet, tem pensado bastante nisso, mas eu diria que na Gaúcha é mais automático, aqui tem que ser um pouco mais lembrado, mais pensado, mas ainda não deixa de ser feito. Agora, isso eu falo pensando em um contexto geral especificamente no setor de *web* que é o qual eu trabalho, a gente inclusive posta mais notícias no *Facebook* que a Gaúcha. Olhava inclusive essa semana as estatísticas, em número de postagens, a gente inclusive posta mais que a Gaúcha, em termos quantitativos na rede social. O que mostra que a gente tá dentro deste meio de forma bastante semelhante no intuito de querer utilizar as redes sociais pra trazer público. Até porque hoje, por mais que tenha se diminuído os alcances das páginas em relação às estratégias do próprio *Facebook*, ainda assim acaba sendo a principal ferramenta de acesso das pessoas pro nosso site da Independente.

**Rodrigo** - De que forma tu vê que os profissionais fazem uso da internet? Como fonte de matérias plataforma de difusão.

**Nícolás** - A internet hoje ela tem dois lados. Ela é um grande aliado, mas ela também se tornou um grande paradigma digamos assim porque anteriormente, como eu dizia, existia uma cultura de produzir pro rádio e agora tu tem a necessidade de produzir mais e mais rápido, mas a internet vem pra te facilita, porque é por conta dela que tu produz mais e mais rápido então eu vejo a internet como algo, não diria essencial ou imprescindível, mas algo muito importante. Sem internet a gente consegue trabalhar, a rádio tem 67 anos e a internet ela não tá aqui há... Ela tá num período historicamente se a gente for falar pequeno da história, então o que que se fazia antes de ter internet. Existia rádio, a gente fazia rádio, mas era um rádio um pouco menos dinâmico talvez que a gente tenha agora tanto que pra se conseguir notícia se utilizava de outras formas, mais lentas como rádio escuta, por exemplo. Mas a internet vem pra facilitar. Desde o fato de tu ter que ir num lugar novo que tu nunca foi e tu colocar o endereço no GPS pra tu ir chegar até lá, até tu procurar alguma imagem pra ilustrar uma matéria para procurar dados. Principalmente, como a internet tem a característica da memória, então se tem alguma matéria que falou sobre algum determinado assunto e a gente vai retomar esse assunto fica fácil de encontrar as informações anteriores pra gente buscar e fazer a contextualização da matéria. Então hoje ela é essencial, ela é extremamente importante, mas ela não é algo que seja... o trabalho funcionaria sem ela, mas é algo que seria bem mais complicado no contexto atual da produção jornalística de hoje em dia.

**Rodrigo** - Agora, tu como apresentador. Como tu seleciona as matérias que vão pro ar que tu busca na internet? Existe algum mecanismo?

**Nícolás** - Tu quer dizer na parte técnica ou na parte de conteúdo?

**Rodrigo** - Na parte de conteúdo.

**Nícolás** - Na parte de conteúdo varia muito de acordo com o programa. Eu apresento o programa Acorda Rio Grande, que vai ao ar das 5h às 8h da manhã e também apresento, de vez em quando, o Dinâmica, que é um programa das 10h30

às 11h30. O horário de manhã cedo ele é segmentado das 5h às 8h, são 3 horas de programa e são faixas de ouvintes que a gente acaba pegando e a principal característica dele são notícias expressas, notícias curtas, porque a audiência é muito grande, ela é inclusive o horário de maior audiência, mas é uma audiência que não é muito estendida. Os ouvintes acabam escutando pouco tempo do programa, às vezes 15 minutos, meia hora, mas eles não escutam o programa por inteiro então o objetivo do programa é que a pessoa consiga ouvir o programa pelo tempo que ela puder, e ela já saiba as principais notícias do dia, ou algumas notícias importantes pra ela, e por isso a gente a acaba até repetindo uma série de informações. Já o programa das 10h30 já é um pouquinho mais analítico. Ele tem entrevistas, então tu consegue aprofundar assuntos, e tu consegue explorar temas com mais calma que não tem de manhã. Então, por exemplo, se a gente for pegar o Acorda Rio Grande, da faixa das 5h às 8h, tem uma faixa de agricultores por isso a gente tenta pegar notícias mais do setor primário, da economia popular. A partir das 6h, alguma coisa do esporte de manhã cedo já, mas a partir das 6h a gente começa a noticiar notícias mais votadas a política. Aí as principais notícias mesmo do dia. Economia, num contexto não só de economia popular, mas de dados econômicos, e assim a gente vai indo ao longo do programa, mas tem algumas coisas que são repetida com frequência. Primeiro, informações do tempo. São constantemente repetidas temperatura, hora certa, previsão do tempo. Pra que... como essa audiência é bastante rotativa... pra que a pessoas mais ou menos saiba como ela tenha que se preparar para sair de manhã. Se tem uma notícia muito importante do dia ela é repetida também, ou algum evento importante, principalmente ligado aqui a nossa região. A gente tem uma característica de ter grande audiência nas informações da polícia e também do trânsito. Então também ao longo do programa elas são repetidas com frequência. Algumas pílulas do esporte também, porque o esporte tem uma aceitação boa. E também com relação a notas de falecimento que a cada hora, 5h30, 6h30, 7h30, a gente também repete, porque temos muitos ouvintes que gostam de acompanhar também as notas de falecimento. Nossa manhã tem uma característica de ser um programa assim. Ah, me fugiu um pouco o tema, tu me perguntava como eu selecionava as notícias, né?

**Rodrigo** - Isso.

**Nícolas** - A questão da seleção das notícias é pra tentar de alguma forma contemplar esses temas, então a gente tem uns sites de notícias que a gente mais acessa como um todo, os três apresentadores. Tanto eu quanto o Renato Souza e o Paulo Rogério. Ah, e tem um detalhe que é importante. Que pro teu trabalho não é tão interessante, mas que é a questão dos jornais. A gente pega os jornais, vê o que está sendo destaque do dia e também faz uma pincelada no que está sendo destaque na imprensa física, a imprensa impressa digamos assim, do jornalismo impresso. No online até centraliza mais em mim essa parte que eu acabo lendo praticamente só da internet, muito pouco no jornal. Daí a gente utiliza os principais sites do estado, então a gente utiliza o portal da Gaúcha e Zero Hora, o GaúchaZH, a gente utiliza o ClicRBS, que acaba também centralizando os conteúdos do Grupo RBS em um site só o jornal O Sul, também é utilizado, e é um site que tem notícias curtas também. O Correio do Povo da pra utilizar alguma coisa. Em termos nacionais, a gente utiliza bastante o jornal Folha de São Paulo e o Estadão alguma coisa também do ... ah não bastante coisa do G1! E alguma coisa também de sites mais segmentados como pra falar as vezes de economia tu consegue pegar um Valor Econômico, a revista Exame, tem algumas coisas assim. O principal mesmo, se eu fosse te dizer, que a gente mais acessa, é GaúchaZH, Folha de São Paulo, Estadão e G1. Esses talvez sejam os principais sites, porque como são sites muito amplos eles tem todas as editorias, e a gente consegue então navegar por ele pra poder contemplar essas faixas de ouvintes, né. E o *Twitter*, também, a gente usa também com uma certa frequência, porque as vezes tem notícias que saem na hora, operações aí é sempre legal estar meio atento, porque, normalmente, às vezes, se consegue algo por ali também.

**Rodrigo** - Antes tu falou um pouco sobre as redes sociais e a importância dela. Quero que tu fale agora sobre a rede social no contexto de ser uma fonte, muitas vezes, para o jornalista, um medidor de audiência daquilo que já foi pro ar e como plataforma de interatividade.

**Nícolas** - É a rede social, tanto o *Facebook* quanto o *Instagram*, o *WhatsApp*, o *WhatsApp* ele é bastante utilizado para os ouvintes interagirem, mas eles são como

se fossem um termômetro da nossa audiência e do conteúdo que a gente produz, então eu acho que o público ganhou ... ele sempre teve espaço na mídia, ele sempre teve como se comunicar, mas ele hoje não depende de que a carta dele chegue na rádio pra que alguém saiba, porque o que ele escreve fica público para que outras pessoas leiam. Ainda assim, inclusive eu concluí isso com meu trabalho, quem decide o que vai pro ar e o que não vai pro ar, nos casos dessas contribuições de ouvintes, é a emissora. Então ainda que o público participe, a emissora, ela tem a escolha de que se ela quiser ignorar esta mensagem. Ela pode fazer isso se ela quiser. Então este poder ainda é da mídia. Então a pressão popular hoje ela é muito forte. Então determinados temas, com certo apelo, o público pode agendar o jornalismo se esse tema ganhar proporções populares e ganhar uma repercussão grande nas redes sociais. Até porque a nossa audiência ela tem audiência... agora ela é uma audiência do rádio, das redes sociais. Então de alguma maneira a gente tenta contemplar todas estas audiências. Então por isso que a pauta acaba se tornando relevante na medida que ela tenha bastante interesse. Se na internet ela tem um apelo grande, ela acaba virando agenda e virando pauta pro jornalismo que é feito no rádio também.

**Rodrigo** - E até que ponto a internet acaba afetando o trabalho do jornalista aqui na emissora? Levando em conta um certo comodismo, de não ir de repente até o local do fato, porque já chegam informações via *WhatsApp*, imagens, vídeos e acaba-se utilizando este material vindo de terceiros.

**Nícolas** - A internet, e não só a internet, mas a própria evolução das entidades, empresas e das prefeituras, no sentido de terem uma assessoria de imprensa, na medida que isto também evolui, paralelo à internet, pode acabar gerando algum tipo de comodismo porque hoje se recebe muita informação pronta. Então é possível hoje fazer uma matéria só entrevistando alguém por e-mail, *WhatsApp*, *Facebook*. Se pegar uma foto da pessoa pedir pra própria pessoa mandar a foto pra ti ou de repente daqui a pouco pegar uma foto que o ouvinte mandou, ou que ele postou na rede social, e se fazer uma matéria jornalística sem sair da cadeira. Então ela pode gerar um certo comodismo. E aqui na emissora eu penso que ... eu não sei se seria

um certo comodismo, mas a gente tá sempre atrelado a um contexto institucional de que se não há pessoas suficientes pra fazer a matéria, pra ir no local, ou pra de fato averiguar a situação se utiliza a internet como paliativo pra poder então conseguir trazer a informação de alguma forma, mais de alguma forma mais rápida. Então sim aqui pode ... não seria tanto pelo comodismo, mas como alternativa pra conseguir trazer a notícia de forma mais rápida. Nós, em alguns, casos eu acredito que pode acontecer da pessoa se acomodar, daqui a pouco, não sair pra rua, mas acho que são casos pontuais. Não seria um problema da internet, mais daqui a pouco um problema da pessoa, do profissional e não que a internet causou isso. Não, daqui a pouco é o profissional, que naquele momento, ele não fez o que deveria ser feito. Mas existe este perigo de cair nesta emboscada que é fazer o jornalismo de dentro da redação.

**Rodrigo** - Dentro disto que já foi falado tu tem mais alguma coisa que tu queria comentar?

**Nícolas** - Não, eu acho que é isso. É importante dizer que a internet é importante. Ela é extremamente importante. Ela trouxe uma série de facilidades e criou novas demandas de trabalho pros jornalistas. Aqui na emissora inclusive ela é... tem uma característica que é privilegiada em relação a outras do interior do estado, que é ter um setor de webjornalismo constituído, que existe para pensar o conteúdo para internet e isto é muito bom porque acaba não sobrecarregando os repórteres de rádio pra pensar até estrategicamente a produção de conteúdo online, então cada um consegue focar no que é mais importante, assim eu acho que é... uma redação de... pra produzir no online acaba sendo muito importante para que a gente consiga produzir um bom jornalismo na internet.

**Anexo D - Relação das matérias postadas no site da Rádio Independente na manhã de análise deste trabalho. Nas cinco horas analisadas, em que o setor esteve ativo, foram postados 34 artigos, destes 19 tiveram produção própria da emissora. São eles:**

- **Comentário do Jacy Pretto:** Grêmio vence o Goiás e vai às quartas de final da Copa do Brasil

<http://independente.com.br/gremio-vence-o-goias-novamente-e-vai-as-quartas-de-final-da-copa-do-brasil/>

- **Obituário:** Notas de Falecimentos 10/05/2018\_

<http://independente.com.br/notas-de-falecimentos-10-05-2018/>

- **Polícia:** Taxista lajeadense é morto a facadas em Estrela\_

<http://independente.com.br/taxista-lajeadense-e-morto-facadas-em-estrela/>

- **Regionais:** Programa Criança Dália estimula hábito da leitura em escola de Roca Sales

<http://independente.com.br/programa-crianca-dalia-estimula-habito-da-leitura-em-escola-de-roca-sales/>

- **Regionais:** Desafios da mulher empresária é tema de palestra na Acil

<http://independente.com.br/desafios-da-mulher-empresaria-e-tema-de-palestra-na-acil/>

- **Regionais:** Santa Clara Tem Valor oportuniza ciclo de capacitações a empreendedores locais

<http://independente.com.br/santa-clara-tem-valor-oportuniza-ciclo-de-capacitacoes-empresarios-locais/>

- **Regionais:** Lançado o 2º Baile de Máscaras Beneficente de Lajeado\_

<http://independente.com.br/lancado-o-2o-baile-de-mascaras-beneficente-de-lajeado/>



- **Regionais:** Proprietários da Maria Parafina palestram na reunião-almoço Nossos Cases, Nossas Histórias

<http://independente.com.br/proprietarios-da-maria-parafina-palestram-na-reuniao-almoco-nossos-cases-nossas-historias/>

- **Regionais:** Primeira parcela do IPTU em Lajeado vence nesta quinta-feira

<http://independente.com.br/primeira-parcela-do-iptu-em-lajeado-vence-nesta-quinta-feira-2/>

- **Polícia:** Quadrilha suspeita de roubos em duas lojas de celulares é presa em Guaporé

<http://independente.com.br/quadrilha-suspeita-de-roubos-em-duas-lojas-de-celulares-e-presa-em-guapore/>

- **Polícia:** Dupla armada rouba motocicleta no Moinhos D'Água

<http://independente.com.br/dupla-armada-rouba-motocicleta-no-moinhos-dagua/>

- **Páginas Cotidianas:** Há frases ditas pelas mães que os filhos carregam consigo no bolso da vida

<http://independente.com.br/ha-frases-ditas-pelas-maes-que-os-filhos-carregam-consigo-no-bolso-da-vida/>

- **Regionais:** Sábado é o Dia “D” de vacinação contra a gripe

<http://independente.com.br/sabado-e-o-dia-d-de-vacinacao-contr-a-gripe/>

- **Regionais:** Comissões analisam desconto no IPTU para áreas de preservação em Lajeado

<http://independente.com.br/comissoes-analisam-desconto-no-iptu-para-areas-de-preservacao-em-lajeado/>

- **Futebol:** Ex-presidente do Grêmio, Fábio Koff, morre aos 86 anos

<http://independente.com.br/ex-presidente-do-gremio-fabio-koff-morre-aos-86-anos/>

- **Pócia:** Polícia Civil prende suspeito de integrar facção em Lajeado

<http://independente.com.br/policia-civil-prende-suspeito-de-integrar-facciao-em-lajeado/>

- **Entrevista:** Cruzamento das Avenidas Amazonas e Senador Alberto Pasqualini deve receber rótula

<http://independente.com.br/cruzamento-das-avenidas-amazonas-e-senador-alberto-pasqualini-deve-receber-rotula/>

- **Unidade Móvel** - HBB apresenta Centro de Reprodução Assistida em Lajeado

<http://independente.com.br/hbb-apresenta-centro-de-reproducao-assistida-em-lajeado/>

- **Unidade Móvel** - Desconto do IPTU para áreas de preservação é tema de reunião na Câmara de Vereadores de Lajeado

<http://independente.com.br/desconto-do-iptu-para-areas-de-preservacao-e-tema-de-reuniao-na-camara-de-veredores-de-lajeado/>

**Outras 15 postagens foram produzidas com material de outros sites informativos. As fontes são encontradas no link das matérias:**

- **Eleições:** TRE de Porto Alegre prorroga prazo para revisão eleitoral para quem não pôde ser atendido

<http://independente.com.br/tre-de-porto-alegre-prorroga-prazo-para-revisao-eleitoral-para-quem-nao-pode-ser-atendido/>

- **Correspondente Independente:** 8h – Julgamento de recurso contra prisão de Lula termina hoje

<http://independente.com.br/8h-julgamento-de-recurso-contraprisao-de-lula-termina-hoje/>

- **Boas Notícias:** Criada garrafa d'água que se decompõe em 3 semanas\_

<http://independente.com.br/criada-garrafa-dagua-que-se-decompoe-em-3-semanas/>

- **Independente Notícias:** Polícia prende dono da empresa de refrigerantes Dolly por fraude fiscal

<http://independente.com.br/policia-prende-dono-da-empresa-de-refrigerantes-dolly-por-fraude-fiscal/>

- **Independente Notícias:** Em conferência, Sartori diz que ano será de desafios e mudanças no Rio Grande do Sul

<http://independente.com.br/em-conferencia-sartori-diz-que-ano-sera-de-desafios-e-mudancas-no-rio-grande-do-sul/>

- **Independente Notícias:** Municípios do Norte do estado cobram melhorias na pista da BR-386

<http://independente.com.br/municipios-do-norte-do-estado-cobram-melhorias-na-pista-da-br-386/>

- **Momento Saúde:** Irritação com som da mastigação tem explicação científica

<http://independente.com.br/irritacao-com-som-da-mastigacao-tem-explicacao-cientifica/>

- **Papos de Mulher:** Conheça mais sobre o livro “Xô, encosto!” da sensitiva e fenômeno nas redes sociais Márcia Fernandes

<http://independente.com.br/conheca-mais-sobre-o-livro-xo-encosto-da-sensitiva-e-fenomeno-nas-redes-sociais-marcia-fernandes/>

- **Tempo Certo:** Calor se despede nesta quinta-feira dos gaúchos\_

<http://independente.com.br/calor-se-despede-nesta-quinta-feira-dos-gauchos/>

- **Independente Notícias:** Ruptura de represa deixa mortos no Quênia\_

<http://independente.com.br/ruptura-de-represa-deixa-mortos-no-quenia/>

- **Independente Notícias:** Polícia prende dono de empresa de refrigerantes por fraude fiscal em SP

<http://independente.com.br/policia-prende-dono-de-empresa-de-refrigerantes-por-fraude-fiscal-em-sp/>

- **Independente Notícias:** Ex-presidente do Grêmio Fábio Koff morre em Porto Alegre

<http://independente.com.br/ex-presidente-do-gremio-fabio-koff-morre-em-porto-alegre/>

- **Independente Notícias:** PF faz operação contra racismo e terrorismo na internet, incluindo Santa Maria, no estado

<http://independente.com.br/pf-faz-operacao-contraracismo-e-terrorismo-na-internet-incluindo-santa-maria-no-estado/>

- **Independente Notícias:** Polícia faz hoje reconstituição do assassinato de Marielle

<http://independente.com.br/policia-faz-hoje-reconstituicao-do-assassinato-de-marielle/>

**Independente Notícias:** Ataque de Israel em resposta a mísseis iranianos deixou mais de 20 mortos na Síria

<http://independente.com.br/policia-faz-hoje-reconstituicao-do-assassinato-de-marielle/>

**Anexo E - Programação da Rádio Independente na manhã do dia 10 de maio de 2018 disponível via *Facebook Live*.**

**Programa: Acorda Rio Grande**

[https://www.facebook.com/rdindependente/videos/vb.225069080868235/1976913695683756/?section=VIDEOS&filtering\[0\]\[field\]=name&filtering\[0\]\[operator\]=CONTAIN&filtering\[0\]\[value\]=Acorda%20Rio%20Grande%20-%2010%2F05%2F2018&sort\[0\]=created\\_time\\_descending](https://www.facebook.com/rdindependente/videos/vb.225069080868235/1976913695683756/?section=VIDEOS&filtering[0][field]=name&filtering[0][operator]=CONTAIN&filtering[0][value]=Acorda%20Rio%20Grande%20-%2010%2F05%2F2018&sort[0]=created_time_descending)

**Programa: Panorama**

<https://www.facebook.com/rdindependente/videos/1977081692333623/>

**Programa: Dinâmica**

<https://www.facebook.com/rdindependente/videos/1977225105652615/>